الإعلام العربي
بين الواقع والطموح



أ. بسام عبد الرحمن المشاقبة

الإعلام العربي

بين

الواقع والطموح

تأليف

أ. بسام عبد الرحمن المشاقبة

دار أسامة للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

نبلاء ناشرون وموزعون
الأردن - عمان

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف: 5658252 – 009626/5658253
- فاكس: 009626/ 5658254
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: 141781

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

نبلاء ناشرون وموزعون

الأردن – عمان- العبدلي

تليفاكس: 009626/5664085

الطبعة الأولى

2015م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(2886/ 6/ 2014)

302.23 المشاقبة، بسام عبد الرحمن

الإعلام العربي بين الواقع والطموح/بسام عبد الرحمن المشاقبة- عمان: دار أسامة للنشر، 2014.

( ) ص .

ر.أ :(2014/6/2886).

الواصفات: /الإعلام//البلدان العربية/

ISPN: 978-9957-22-592-6

الفهرس

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الفصل السادس

الفصل السابع

الفصل الثامن

المقدمة

جاء هذا الكتاب ليكشف خبايا الإعلام العربي منذ نشأته على الساحة المحلية والعالمية، ويسلط الضوء على تطور هذا الإعلام من خلال الممرات التي سار بها سلباً وإيجاباً.

لقد تناول هذا الكتاب الإعلام العربي بشقيه القطري والعربي المشترك من حيث المفهوم والدلالات والتكوين والواقع والفلسفة كما تناول صورة العرب في الثقافة الغربية، وهي صورة مشوهة نوعاً ما بسبب ضعف الإعلام العربي أمام الإعلام الغربي والصهيوني، حيث أنه يفتقد أسس وقواعد اللعبة الإعلامية الحديثة والتي تقوم على الفخ الإعلامي المنهج.

وقد جاء الكتاب في ثمانية فصول:

تناول **الفصل الأول**: الإعلام العربي ووسائله من مسموع ومقروء ومرئي بالإضافة لوكالات الأنباء والفضائيات العربية وكذلك شبكة الانترنت.

أما الفصل الثاني: فقد تحدثنا فيه عن واقع الإعلام العربي المظلم وأوردنا الطرق السليمة لإخراج هذا الإعلام من القمقم الذي وضع نفسه فيه.

والفصل الثالث: قمنا فيه بتشريح الإعلام العربي فوقفنا عند أزمة الثقة بين الإعلام العربي والجماهير العربية وأشرنا إلى الأسباب التي أدت إلى ذلك وكذلك الأسباب التي ساهمت في ضعف الإعلام العربي وعجزه.

في الفصل الرابع: تحدثنا عن فلسفة واستراتيجية الإعلام العربي مع ذكر أسباب غياب الاستراتيجية الإعلامية العربية.

وفي الفصل الخامس: تحدثنا عن الإعلام العربي المشترك المتمثل في جامعة الدول العربية، ووقفنا عند وظائف الإعلام العربي والانتقادات والسلبيات التي يعاني منها الإعلام العربي المشترك.

أما الفصل السادس: فقد أفردناه للحديث عن الإعلام العربي ودوره في القضية الفلسطينية وكيف أن هذا الإعلام مرَّ في مراحل ثلاث.

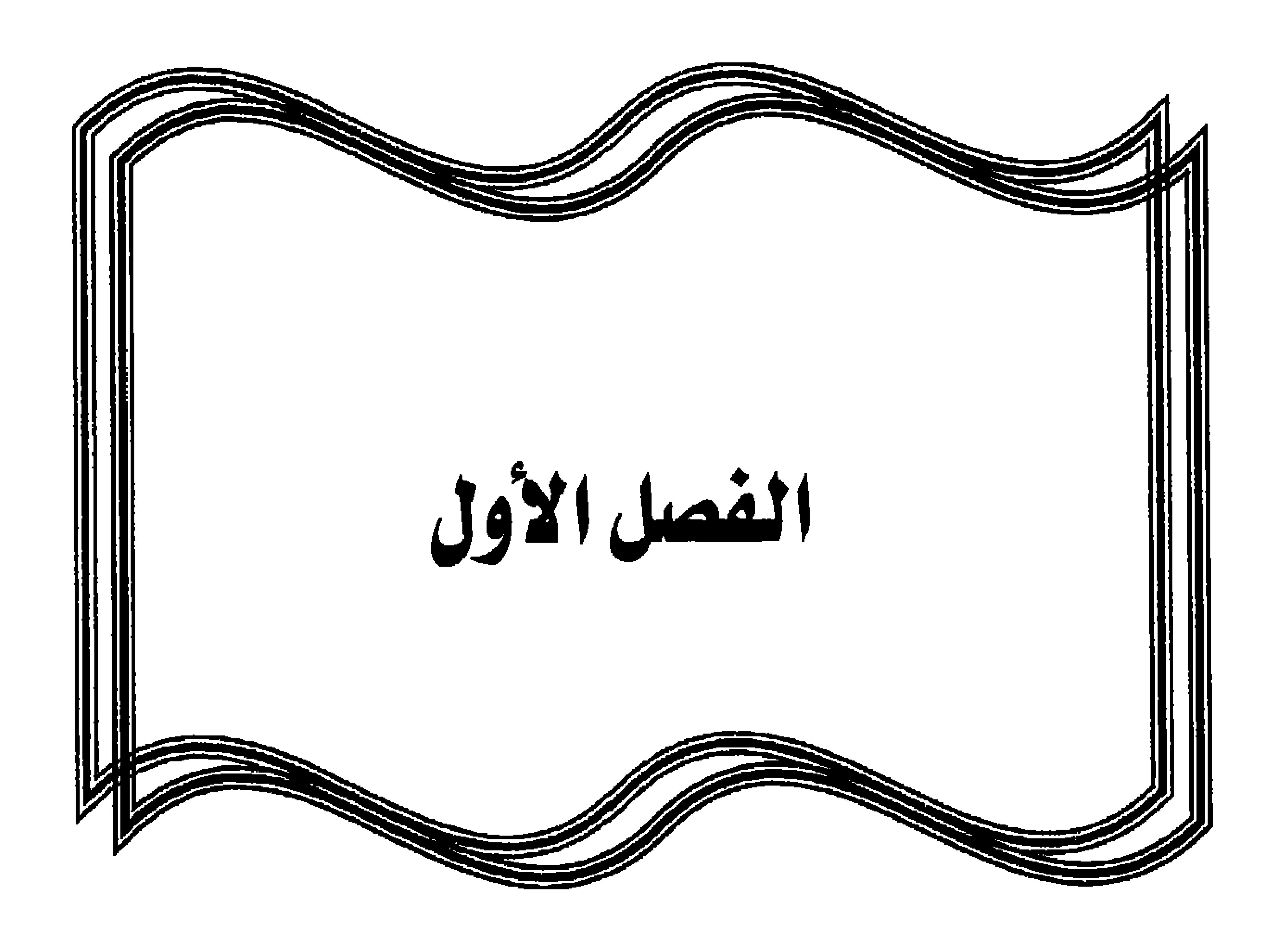
في الفصل السابع: رسمنا الصورة العربية المشوهة في المجتمعات الغربية بسبب إعلامها المضلل بالمشاركة مع الإعلام الصهيوني.

أما الفصل الأخير: فقدمنا نماذج لتغلغل الإعلام الصهيوني في الإعلام الغربي.

نرجو أن نكون قد وفقنا فيما قصدنا.

والله من وراء القصد ،،،

المؤلف



الفصل الأول

الإعلام العربي ووسائله

مفهوم الإعلام الغربي:

لا شك أن هناك خلافاً واضحاً وإشكالية حول مفهوم الإعلام العربي فقد اعترف المنظرون الإعلاميون بان مصطلح الإعلام العربي يكتنفه الغموض الكبير في ذهن عدد كبير من الجمهور المتلقي لهذا الإعلام والأهم من ذلك ان وسائل الإعلام العربية ذاتها قد ساعدت في ذيوع هذا المصطلح لفرط ما تستخدمه في تعليقاتها وأخبارها.

ان صعوبة تعريف الإعلام العربي قد يجد طريقها أمام الإنسان العادي أو الأجنبي حيث لا يستطيع ان يحدد مداه وميدانه وما يرمي إليه.[1]

وهنا فقد طرح المنظرون والباحثون الإعلاميون عدة تساؤلات عن مفهوم الإعلام العربي على النحو التالي:[2]

- هل المقصود بالإعلام العربي ذلك الجهد الذي تقوم به المؤسسة القومية العربية "جامعة الدول العربية" ؟
- هل هو مجموع العلامات الوطنية الخاصة بكل دولة عربية؟
- هل هو الإعلام الذي تقوم به المؤسسات والأفراد العرب في الحقل الإعلامي؟
- ما هو موقع إعلام المجموعات العربية الإقليمية كإعلام المجموعة الخليجية في هذا التعبير؟
- ما هو الحال بالنسبة للعلاقات الإسلامية والوطنية أو المؤسسات الدولية التي تساند الجهد الإعلامي العربي في مجالات عديدة في الساحات الدولية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات فقد حاول البعض ان يقتصر تعريف الإعلام العربي على الإعلام الذي تقوم به جامعة الدول العربية وأجهزتها وبعثاتها في الخارج، وأما البعض الآخر فأخذ بإطار شمولي يضم جميع هذه العلامات.

1- الإعلام العربي والصوت الآخر، د. محمد مصالحة، دار البيرق للطباعة والنشر، 1988، ص 13..

2- مرجع سابق، ص 133.

ومن هذا المنطلق فالفريق الأول الذي اعتبر ان الإعلام العربي هو اعلام جامعة الدول العربية انطلق من نظرة تقوم على وحدة الجهة التي تقوم بها بهذا الإعلام وعروبة الأهداف لهذا الإعلام أي انها تعني في المقام الرئيسي بقضايا ومشاغل ذات صفة قومية وليست قطرية.

ويمتاز هذا التعريف بما يلي:[1]

1) **إعلام رسمي مؤسسي**: تقوم به الجامعة العربية وهي مؤسسة حكومية، وان أجهزتها المخططة والمنفذة للإعلام تعمل طبقاً لصناع القرار في الدول العربية.
2) **إعلام موجه للخارج**: أي ان مداه الجغرافي يمتد خارج الوطن العربي وليس داخله وتنفذه مكاتب الجامعة العربية بمساعدة السفراء العرب وغيرها من المؤسسات المساندة.

فالنوع الأول: مناط بالأجهزة الرسمية ويدخل في دائرة ما يطلق عليه بالسياسة الإعلامية العربية والسؤال الذي يطرح نفسه ماذا نعني بالسياسة الإعلامية؟

كلمة سياسة جاءت في اللغة الانجليزية من خلال كلمتين، فالأولى Politics، والثانية Policy الأولى تعنى الأمور المتعلقة بالمجتمع السياسي وحقل المعرفة الخاصة بذلك، والثانية تعني برنامج عمل.

وعلى ضوء ذلك فالسياسة الإعلامية جاء تعريفها على النحو التالي:

مجموعة من الأهداف والمقاييس التي يتم وضعها لإرشاد سلوك المؤسسات الإعلامية:

- كما وعرفها د. إبراهيم المسيلمي بأنها تقرير وتعيين غايات رئيسية للإعلام تقوم على الأساس التكامل والتوافق مع الغايات العامة التي تتطلع الدولة إلى تحقيقها في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

1- مرجع سابق، ص 14.

- كما وعرفتها اللجنة العربية لدراسة مشكلات الاتصال والإعلان بانها مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة ونظم وأشكال الاتصال المختلفة وخاصة منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في أطار النموذج السياسي الذي تأخذ به الدول.[1]

أما الفريق الثاني فقد اعتبر ان الإعلام العربي هو المؤسسات الإعلامية والوسائل الإعلامية الرسمية داخل البلدان العربية، وهو كذلك وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية التابعة للدول العربية والناطقة باللغة العربية والموجودة في بعض العواصم العربية.[2]

- فيما فريق آخر اعتبر ان المحطات الفضائية الرسمية والتي يمتلكها القطاع الخاص والتي يغلب عليها الأداء الفني والاجتماعي والمواد المدبلجة والمعلبة هي جزء من هذا المفهوم.
- الإعلام العربي هو ذلك الإعلام الذي كان يوماً أحد الأنشطة التابعة لجامعة الدول العربية وعانى من الضعف والتردد والتراجع إضافة إلى المنطلقات المتغيرة على ضوء مقتضيات الحال ونتائج الحروب والخلافات السياسية والعلاقات مع الآخر وخاصة مع المعسكر الغربي بقيادة الولايات المتحدة.
- الإعلام العربي هو ذلك الإعلام الذي يوكل إليه مهمة التواجد في الساحة الدولية للقيام بالمهام الإعلامية في الشرح والرد وتبيان الوقائع بما يتطلبه ذلك من جهود وإمكانيات ومنطلقات واضحة وعناصر بشرية قادرة وهو الأقرب إلى الوظيفة الإعلامية التي كانت مناطة بالإعلام العربي المشترك في أطار

1- الأمن الإعلامي، بسام المشاقبة، دار أسامة، 2012، ص 43.

2- الإعلام والأمن السيكولوجي العربي في وسائل الإعلام الجماهيرية، د. عطا الله الرمحي، د. رمضان درويش، ص 67.

الجامعة العربية وهو ذلك الإعلام الذي يبرز في القضايا الحساسة لجهة التعرف على أساليب المعالجة وحجم وإمكانية التأثير.

- الإعلام العربي هو ذلك الإعلام الذي يعكس الصورة العربية والواقع العربي ويكون في حجم التطلعات العربية خاصة مع هذه الحالة المتردية التي تواجهها شعوبنا، وينظر للإعلام العربي باعتباره مقصراً وغائباً أو ضعيفاً أو يعيش حالة ضبابية غارقة في التشويش والارتباك والإنشائية التي لا تفيده.

من خلال استعراض التعاريف التي أشرنا إليها عن الإعلام العربي تبين لنا اننا لم نتمكن من وضع تعريف شامل وواضح للإعلام العربي بسبب إشكالية التعريف وهذا بحد ذاته يشكل مشكلة حقيقية بحد ذاتها.

ولذلك فان منهجية البحث في الإعلام العربي في هذا الكتاب ستتركز حول التعرف على الإعلام العربي المشترك فقط لان كل دولة عربية وقطر عربي له سياسية إعلامية وخارجية تختلف عن القطر العربي الآخر ومع ذلك سنتطرق إلى نشأة وسائل الإعلام العربية بشكل عام حتى نتعرف على حجم الواقع الإعلامي العربي.

مفهوم وسائل الإعلام العربية:

مفهوم وسائل الإعلام العربية: عرف الباحثون والمنظرون الإعلاميون العرب وسائل الإعلام العربية بانها وسائل الإعلام الإخبارية بالدرجة الأولى تميزاً لها عن وسائل الإعلام الأخرى، خاصة مع تنامي ظاهرة الإعلام المتخصص بشكل متميز في ظل الثورة الإعلامية التي نشهدها وفوران ونمو القنوات الفضائية العربية التلفزيونية مثل وسائل الإعلام المختصة بالترفيه أو عروض الموسيقى أو الوسائل المتخصصة مثل القنوات الإعلامية التجارية أو الصحف الإعلانية المتخصصة بالإعلانات وذلك تميزاً لها عن الوسائل الإعلامية الإخبارية.[1]

1- النظام الإعلامي العربي، مهند تهامي، وسؤدد الآلوسي، دار اسامة ، 2012، ص 12.

وارتبطت كذلك وسائل الإعلام في أذهان الجماهير إلى ذلك النوع من الوسائل عند ذكر مصطلح وسائل الإعلام أمامهم فهو مرتبط بالإعلام ونقل الحقائق والأخبار بالدرجة الأولى عند معظم الناس ولعل هذا النوع من الوسائل الإعلامية الإخبارية ينقسم إلى قسمين:[1]

أولاً: الوسائل الإعلامية الإخبارية الخالصة أو المحضة: وهي المحطات المتخصصة بنشر الأخبار كقناة الجزيرة والعربية....

ثانياً: الوسائل الإعلامية والمؤسسات العامة أو ذات التوجه العام: والتي تشكل الأخبار قسماً من مضمونها إلى جانب الترفيه والتثقيف والتسلية.

ان وسائل الإعلام العربية هي الوسائل الإعلامية سواء على الصعيد القطري أو الوسائل الإعلامية للإعلام المشترك وتشمل وسائل الإعلام المطبوعة والمقروءة والمسموعة.

نشأة وسائل الإعلام العربية:

قبل ان نتناول نشأة وسائل الإعلام العربي لابد من التأكيد على ان وسائل الإعلام العربية الإخبارية لعبت دوراً متميزاً ومثيراً في منتصف القرن الماضي وخاصة بعد مرحلة ما يسمى بالمرحلة الاستعمارية في عقدي الخمسينات والستينات من القرن الماضي حيث حصلت الدول العربية على استقلالها باستثناء فلسطين وقد عمدت هذه الدول إلى تشكيل كيانات سياسية ومؤسسات ما يسمى بالدولة الوطنية ومنها المؤسسات والوسائل الإعلامية حيث اعتبرت هذه الوسائل بانها عنصر مهم من مكونات السلطة السياسية العربية وصونها.

1- مرجع سابق، ص 12.

وسائل الإعلام المطبوعة:

عرف العالم العربي الصحافة المطبوعة خلال الحملة الفرنسية بقيادة نابليون بونابرت على مصر عام 1789 حيث صدر في العالم نفسه صحيفة "جورنال كوربيه وي ليجيبت" باللغة الفرنسية حيث شهد النصف الأول من القرن التاسع ظهور أولى الصحف العربية الرسمية بصدور جورنال الخديوي في مصر عام 1827 ثم الوقائع المصرية ومن ثم ظهور أقدم صحيفة أهلية في لبنان هي حديقة الأخبار عام 1858 وبعد ذلك توالي ظهور الصحف العربية وازدادت بشكل ملحوظ بعد الحرب العالمية الثانية، وكانت الصحف العربية حينئذ صحف أهلية على الأغلب ولكن بعد الاستقلال وقيام الأنظمة الوطنية سادت الصحافة الحكومية الرسمية إلى جانب عدد قليل من دوريات الأحزاب والأفراد والتي ازدادت في السنوات الأخيرة وحسب معطيات الانترنت والسوق حيث يبلغ عدد الدوريات الرسمية والأهلية الصادرة في البلدان العربية حوالي 150 صحيفة و200 مجلة بين يومية وأسبوعية وشهرية وفصلية، منها المنوع ومنها المتخصص وبعضها يصدر باللغات الأجنبية، وتتراوح ما بين 19 دورية لكل من مصر وفلسطين والسعودية و12 دورية لكل من الأمارات ولبنان والجزائر وأربع دوريات في البحرين، إضافة إلى ذلك هناك 20 صحيفة عربية تصدر في الخارج في بريطانيا واستراليا وكندا وأمريكا وإيران وأسبانيا، واذا استثنينا المعدلات البالغة الانخفاض والارتفاع لأسباب خاصة بعدد من الدول العربية، فحسب تقرير التنمية البشرية لعام 2003 يبلغ متوسط انتشار الدوريات ما يعادل 53 نسخة لكل ألف مواطن مقابل 285 نسخة لنفس العدد في الدول المتقدمة.[1]

ومن جهة أخرى فان ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي شكلت عقبة كأداء أساسية في أمام انتشار الكلمة المطبوعة سواء أكانت صحيفة أم كتاب كما ان إنتاج الورق له تأثير كبير على انتشار الصحافة وخفض أسعار الدوريات المطبوعة، والعالم العربي لا ينتج ورق الصحف بل تستورده بالكامل وهي المرتبة

1- الإعلام العربي، د. تهامة الجندي، 2005 نينوى للدراسات والنشر ، ص 133- 134.

الأخيرة بالنسبة لاستهلاك ورق الصحف، اذ لا يتجاوز نسبة الاستهلاك للفرد الواحد النصف كيلوغرام سنوياً كما ان هذه النسبة قد ارتفعت في الدول العربية الفنية خلال عقد الثمانينات أربع مرات عما كانت عليه.[1]

ومن هنا فإننا سنسلط الضوء على التجربة العربية في مجال الصحافة حيث سنتعرض نشأة الصحافة العربية في الدول العربية لم يعرف العرب الصحافة إلا حديثاً حيث لم يخطر ببال أحد القيام بتوثيقها وأرشفتها لعدة أسباب وهي:[2]

1) سوء توزيع البريد.
2) الضائقة المالية والاقتصادية.
3) عدم معرفة العرب بعلم البيولوغرافيا باستثناء بعض الأوروبيين وأبرزهم "هنري غمليياردو قنصل فرنسا في القاهرة سنة 1844 الذي هب لوضع تقرير مسهب عن الصحف الصادرة في وادي النيل باللغة الفرنسية، وهناك نسختان عن التقرير في مكتبة القاهرة وباريس.

ومن جهة أخرى ساهمت إبداعات جورجي زيدان بنشر مقالة له في الهلال عام 1892 عن الجرائد العربية في العالم حيث بلغت 147 صحيفة ثم نشر نبذة عن الهلال عام 1910 أحصى فيها 600 صحيفة مؤكداً على الوقائع المصرية وهناك عدة محاولات لم تكن دقيقة، كما واصدر هير ثانر الألماني كتاباً عن الصحافة المصرية سنة 1899 أحصى 168 صحيفة محفوظة في دار الكتب بالقاهرة ويعتبر من أهم الأعمال البيلوغرافية الموثقة بالمشاهدة.[3]

ومن ناحية أخرى ظهرت صحف الإثارة الأسبوعية فقد ظهرت في مصر نحو 50 صحيفة إثارة عام 2008 وهذه الصحف انتشرت وعرفت في الولايات المتحدة، وكذلك ظهرت بلبنان، كما شهدت الصحافة الخليجية بالتنوع والتوسع وخاصة

1- مرجع سابق، ص 134.
2- وسائل الإعلام النشأة والتطور، د. فؤاد احمد الساري، دار اسامة، 2012، ص 59- 60.
3- مرجع سابق، ص 60.

الكويتية، ونخلص بالقول ان الريادة الصحفية كانت لمصر ولبنان فأقدم الصحف العربية الرسمية هي الأهرام وأسسها اللبناني جرجي زيدان مع بداية القرن الماضي وأقواها في مطلق القرن الحالي الشرق الأوسط ان أبرز العوائق أمام حركة الصحافة العربية هو غياب أجواء الحرية والديمقراطية.[1]

الإعلام العربي المسموع والمرئي:

عرف العالم العربي المحطات الإذاعية في عشرينات القرن الماضي، وفي أواخر السبعينات تراوحت إعداد موجات البث الإذاعي العاملة بين مركزية ومحلية من ثلاث موجات في الدول الصغيرة إلى 74 موجة في الدول الكبرى ولاسيما تلك التي تضطلع ببث برامج موجهة باللغات الأجنبية وهذه اللغات حسب الأولوية واسعة الانتشار هي الانجليزية والفرنسية والفارسية والهندية والكردية، وقد كانت الإذاعات العربية كلها حكومية حتى افتتاح إذاعة المتوسط الدولية في المغرب عام 1982 كأول إذاعة تجارية، ومنذ أواسط الثمانينات فاتت معدلات اقتناء أجهزة الراديو لكل ألف مواطن غربي بمقدار الضعف حسب مقياس "شرام" العالمي أي انها كانت موجودة في كل منزل، وخلال عقد التسعينات بدأت تنتشر الإذاعات الخاصة التي تبث على موجات F. M.[2]

التلفزيون:

في أواخر الخمسينات بدأت تتأسس محطات التلفزة العربية أولاً في مصر ثم في سوريا ثم انتقلت إلى باقي الدول العربية وحتى أواخر السبعينات أقيم ما يزيد عن 173 محطة إرسال أرضي منها مئة محطة ملون وكلها محطات حكومية باستثناء محطات دولة الأمارات العربية فهي تجارية فقد

1- مرجع سابق، ص 60- 61.

2- الإعلام العربي، د. تهامة الجنيدي، ص 134.

بلغت ساعات البث السنوي لكل التلفزيونات العربية 30 ألف ساعة، كما واحتل التلفزيون المصري المرتبة الأولى بساعات البث فقد وصل إلى 6648 ساعة واحتلت تونس المرتبة الأخيرة 1990 ساعة.

أما ما يخص توزيع البرامج فقد احتلت البرامج الترفيهية المرتبة الأولى وبلغت 16395 ساعة سنوياً تلتها البرامج الإخبارية وحجمها 5078 ساعة سنوياً ثم البرامج التربوية 3499، فالبرامج الدينية 2136 ساعة سنوياً، وبحسب إحصائيات اليونسكو فان البلدان العربية باستثناء موريتانيا والسودان قد تجاوزت مقياس شرام العالمي باقتنائها أجهزة تلفزيون منذ أواسط الثمانينات.[1]

ومن جهة أخرى فان انتشار وسائل الاتصال المسموعة والمرئية ونموها في البلدان العربية هو أمر مذهل، ففي منتصف السبعينات من القرن الماضي كانت معظم البلدان العربية تمتلك محطات إذاعية وتلفزيونية كما انها تمتلك محطات بث أقمار صناعية قادرة على نقل البث إلى جميع إنحاء العالم، كما ان معظم البلدان العربية ناشطة في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني على المستويين المحلي والخارجي.

كما ان هذه الوسائل لعبت دوراً كبيراً ومهماً لا جدال فيه في حياة الأمة العربية حيث تشير الإحصائيات السكانية ان سكان الوطن العربي تجاوز 320 مليون نسخة وان فرص التعليم قد تحسنت مما يخلق جهوداً كبيرة لهذه الوسائل، ومما زاد في زيادة انتشار وسائل الإعلام وخاصة الالكترونية الإذاعة والتلفزيون رخص أسعارها.

ومن جهة ثانية فالمؤشرات أوضحت ان عدد أجهزة الإذاعة في العالم العربي لكل ألف من السكان حسب إحصائيات عام 1997 بلغ 6375 بينما كان عدد

1- مرجع سابق، ص 134- 135.

أجهزة التلفاز لكل ألف من السكان لنفس العام بلغ نحو 4802، والجدول التالي يوضح ذلك في جميع الدول العربية وعلى النحو التالي:

البلد	عدد أجهزة الراديو لكل ألف نسمة	عدد أجهزة التلفزيون لكل ألف من السكان
الجزائر	244	110
البحرين	580	472
مصر	399	189
العراق	222	083
الأردن	372	084
الكويت	624	486
لبنان	687	335
ليبيا	273	137
المغرب	243	166
عُمان	621	563
قطر	450	404
السعودية	319	260
السودان	464	273
سوريا	276	067
تونس	158	198
الأمارات	318	292
اليمين	065	383

كما وانتشر الفيديو في البلدان العربية منذ مطلع السبعينات وازداد مع مطلع الثمانينات اذ تشير بعض الإحصائيات بان 100 جهاز لكل 1000 من السكان في البحرين وخمسة لنفس العدد في مصر بينما هو موجود في كل بيت في قطر.

وكالات الأنباء العربية:

عرفت مصر كأول دولة عربية وكالات الأنباء فقد أنشأت وكالة الأنباء المصرية وكل دولة عربية وكالة أنباء وطنية وبذلك يكون عدد هذه الوكالات نحو 22 وكالة أنباء.

فقد تأسست أول وكالة أنباء عربية هي وكالة الأنباء المصرية عام 1956 تم توالت الوكالات العربية للأنباء في معظم الدول العربية، فمعظم وكالات الأنباء العربية تمتلكها الحكومة ويتراوح إنتاجها اليومي بين عشر نشرات في موريتانيا و250 نشرة في سوريا.[1]

مراكز التعليم والبحث الإعلامي:

أنشئت مراكز التعليم والبحث الإعلامي في الوطن العربي فقد كانت مصر هي السباقة دائماً فقد تم إنشاء أول معهد عربي للصحافة والتحرير والترجمة في جامعة القاهرة ثم تحول إلى كلية الصحافة ثم كلية مستقلة للإعلام، أما باقي الدول العربية فقدموا إلى إنشاء المعاهد وأقسام الإعلام منذ منتصف الستينات وازدهرت في الثمانينات ويبلغ عددها الآن أكثر من 20 جامعة وكلية تدرس علوم الاتصال.

1- مرجع سابق، ص 135.

أما على صعيد المراكز الإعلامية في الوطن العربي فقد أقيم مركزان قوميان للأرشفة والتوثيق الإعلامي لدول الخليج وقد تم تأسيسه عام 1977 في بغداد، ومركز التوثيق الإعلامي في تونس وقد تم إنشاؤه بجهود مشتركة من قبل اليونسكو والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

هذا وتتميز حركة المعلومات في العالم العربي بعدم الاستقرار والاتساق فهي تنشط تارة وتتوقف تارة أخرى ويرجع السبب في ذلك إلى غياب المسوحات والإحصائيات السنوية في جميع الدول العربية أي غياب النشر المنتظم لمصادر المعلومات الرئيسية مثل البلوغرافيات المتخصصة والأدلة الشاملة بأنواعها والكشوف السنوية والأطلس والبحوث الميدانية وغيرها، مما يعني الافتقار إلى البنية الأساسية لانتظام حركة المعلومات أي البينة اللازمة لجمع المعلومات وتخزينها واسترجاعها ونشرها من المؤسسات والمكتبات ومراكز البحوث والتقانات الحديثة ومختلف الكفاءات البشرية المعنية بتقديم الخدمات المعلوماتية.[1]

الفضائيات العربية:

يرجع تاريخ الفضائيات العربية إلى أواخر التسعينات والذي شهد انطلاق أول قناة فضائية عربية وهي القناة الفضائية المصرية والتي بدأ بثها في 22 تشرين 1990 والتي كانت البداية في 22 تشرين ثاني 1990 والتي كانت البداية نحو انطلاق قنوات فضائية عربية عددية ومتنوعة سواء كانت قنوات حكومية أو قنوات خاصة بل ان الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات الفضائية العربية بوضوح في السنوات الأخيرة، فبعد ان كان عددها يقدر بعشرين قناة في التسعينات تجاوز عددها الان المائة بكثير الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين الفضائيات العربية و بين الفضائيات العربية والأجنبية.

1- مرجع سابق، ص 135- 136.

هذا ويبلغ عدد الفضائيات العربية أكثر من 200 قناة وتبث أكثر من نصفها بنظام البث المفتوح في حين النصف الآخر بنظام البث المشفر، ويغطي بث القنوات الفضائية معظم المنطقة العربية ومناطق شاسعة من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا وأمريكا الجنوبية وأجزاء من آسيا، وتبث معظم الفضائيات العربية على أقمار عرب سات والنيل سات في حين تبث بعض القنوات على أقمار "705 و 703، Intelsat.[1]

وتبث لغة البث باللغة العربية 81 قناة في حين تبث بعض القنوات جزءاً من برامجها باللغة الانجليزية نحو 40 قناة واللغة الفرنسية 11 قناة وبعض اللغات الأخرى كالأسبانية والهندية والفارسية، وتعتمد معظم الفضائيات على الإنتاج المحلي بنسبة تتراوح ما بين 30٪ - 100٪ من البرامج التي تبثها على قنواتها، وبالنسبة للإنتاج المستورد فان الفضائيات العربية تستورد برامج عربية تتراوح نسبتها، بين 1٪ - 60٪ من جملة البرامج التي تستوردها هذه القنوات.[2]

الانترنت في العالم العربي:

قبل ان نتحدث عن الانترنت يجب التطرق إلى الحواسيب الالكترونية في الوطن العربي اذ ان خدمات الانترنت تتطلب بنية حاسوبية والكترونية. فقد عرف العرب الحاسوب الالكتروني في أواسط الثمانينات وقد وصل إلى دول الخليج ولبنان وتونس وانحصرت استخداماته على الأمور الإدارية والبنوك والمكتبات الكبرى، وبعد عقد بدأت تتغلغل في معظم جوانب الحياة العربية، وبحسب تقرير التنمية البشرية لعام 2003 بلغ متوسط انتشار أجهزة الحاسوب

1- الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص 632- 633.
2- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق ، ص 633- 638.

الشخصي في المنطقة ما يعادل 1.2٪ تراوحت ما بين 13 حاسوباً لكل مئة شخص بالأمارات وحوالي 3 حواسيب في سوريا لكل مئة شخص وكذلك لبنان لنفس العدد من الأشخاص وهي نسب مازالت ضئيلة جداً مقارنة مع نسب الانتشار في الدول المتقدمة حيث يتوفر في الولايات المتحدة الأمريكية 70 حاسوب لكل مئة شخص.

وسجلت تونس الأسبق في ارتباطها بشبكة الانترنت منذ أوائل التسعينات تبعتها مصر عام 1993 ثم الكويت، وفي عام 1995 قامت معظم البلدان العربية بإعادة هيكلة قطاع المواصلات بدافع إدخال الهاتف النقال وخدمات الانترنت، ومع ذلك فقد ارتبطت الدول العربية بالانترنت في نهاية المطاف إما بشكل كامل وإما بالبريد الالكتروني وتطبيقاته المختلفة، ففي عام 1995 ارتبطت بالشبكة لبنان والبحرين والأردن والإمارات ثم قطر واليمن في عام 1996، ومن ثم بقية الدول العربية مع ملاحظة ارتباطات خاصة لا تسمح بوصول الانترنت للجميع في كل من العراق وليبيا والسودان بسبب ظروف الحصار الاقتصادي.

ومن جهة أخرى بلغ عدد المشتركين في خدمة الانترنت حسب مؤشرات 1998- 17 9400 مشترك وعدد المستخدمين لها 607600 مستخدم وكان ثلثا هذا العدد في مصر والأمارات ولبنان والكويت، وحسب أرقام تقرير التنمية البشرية لعام 2002 بلغت نسبة مستخدمي شبكة الانترنت 0.5٪ من السكان العرب، وبلغ متوسط الكثافة الهاتفية في حدود السبعة خطوط لكل مائة من السكان ووصلت الجاهزية الالكترونية حداً متقدماً في أربع دول عربية فقط تأتي في مقدمتها الأمارات حيث احتلت المرتبة الثلاثين من 55 دولة معترف بجاهزيتها المتقدمة في العالم.

المواقع الالكترونية العربية:

اعترفت المنظمة العربية للتربية في أواخر 1996 بوجود مشروع الكتروني متطور لبث تعاليم الدين الإسلامي، وعليه ظهرت على شبكة الانترنت عدد مواقع

تشمل القرآن الكريم وشروحه وأحكامه، كذلك ظهرت مواقع الكترونية تعنى بالثقافة والصحة والفن، وفي عام 2000 انطلقت مدينة دبي كسوق حرة عربية للمعلومات.[1]

1- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق، ص 141- 142.



واقع الإعلام العربي

مقدمة: الإعلام العربي هو جزء من مكونات الأمة العربية بقوتها وضعفها، بانحطاطها ونهوضها ولكل أمة إعلام ينسجم مع تطلعاتها وتطورها ورقيتها حيث انه الصورة الصادقة للمستوى الحضاري لأي أمة، فهو جزء لا يتجزأ من شخصيتها.[1]

فالإعلام العربي بحالته الراهنة خرج من معطف الثقافة العربية، فقد عانت بما فيه الكفاية من التركة والحقب التاريخية والتي استمرت منذ نهاية الدولة الأموية ولغاية تفكك الدولة المعاصرة في الوطن العربي على يد القوى الاستعمارية والذي توج ما يعرف باتفاقيات سايكس – بيكو الكلاسيكية ونعيش الآن فصولها الجديدة.

ومن هنا فالواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي عاشته الأمة العربية نتيجة للتركة التي سادت القرون المنصرمة وخاصة العهدين المملوكي والعثماني حيث ورثت الأمة العربية واقعاً مأساوياً ومتخلفاً حيث نجم عنه مزيد من المأساة والمعاناة للشعوب العربية بسبب تراكمات استعمارية كبيرة جداً بدءاً من الحروب الصليبية وانتهاء بالاحتلالات الأجنبية وما نتج عنها من غطرسة غريبة امبريالية والتي توجت بالصليبية الجديدة والتي ازدادت خرافة على العالمين العربي والإسلامي، فقد ساهمت السيطرة الاستعمارية وما زالت بوسائلها المتنوعة ومخططاتها العدوانية الإجرامية على كل قطر عربي وخداعها وتآمرها على ثقافة وحضارة الأمة العربية، وهذا الواقع طبع أو صبغ الحياة الثقافية والاقتصادية والسياسية مما نجم عنه واقع متخلف ساهم في رجعية الأمة العربية وحال دون تقدمها للأمام للالتحاق بالأمم الراقية وعلى رأس القطاعات التي تخلفت الإعلام العربي، فقد عانى ومازال يعاني منذ زمن تخلفاً كبيراً في ميادينه وضعفاً بارزاً في وسائله وأجهزته وفلسفته وإمكاناته المادية والتقنية ومحاربة الحرية والتحرر مما سبب للأمة العربية مواجع تاريخية كبيرة مرعبة ومآسٍ حقيقية.

1- مناهج البحث وتحليل الخطاب الإعلامي، بسام المشاقبة، ص168.

فالإعلام العربي ليس المسؤول عن التخلف بل هو أحد الأطراف التي عززت ثقافة الاستيراد والتخلف والسبب في ذلك ان السلطة العربية بعد مرحلة ما يسمى بالتحرر العربي وطرد الاستعماريين والامبرياليين مارست نفس الدور الاستعماري، فقد طردت جيوش الاستعمار وحولتنا إلى قطيع من البهائم والأغنام، لكن الأحداث الأخيرة التي عصفت بالمنطقة العربية وساهمت في جلب الربيع العربي الذي بدأ في تونس وتبعته مصر وانتقل إلى ليبيا واليمن وسوريا[1]. هي مؤشرات إيجابية للطموحات الشعبية العربية مستقبلاً.

واقع المشهد الإعلامي العربي:

خلال الحقب التاريخية للأمة العربية جاء المشهد الإعلامي العربي على النحو التالي:[2]

1) ان إعلام معادٍ لطموح الأمة العربية وحركة الثورة العربية فيها، جاء بفعل سيطرة حكومات رجعية عميلة للاستعمار والصهيونية.
2) إعلام وطني ذو مسحة قومية سلبي الموقف تمثله إلى حد بعيد بعض الدول العربية المتحررة وأنصاف المتحررة.
3) إعلام ثوري يمثل طموحات الأمة العربية وجماهيرها حيث يعبر عن حركة الثورة فيها، ويكشف زيف الحكومات والنظم الضالعة في ركاب الاستعمار، ويعري أطماع الغزاة الاستعماريين ويقاتل في جبهات متعددة ضد الإعلام القيادي.[3]

ما العمل لإخراج الإعلام العربي من هذا الواقع؟

لقد سعى خبراء الإعلام والدعاية العربية في فترات سابقة امتدت قبل احتلال الصهاينة لفلسطين أي قبل عام 1948 وتنسحب إلى ما بعدها لضرورة تخطي هذه

1- الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح، بسام المشاقبة ، ص 52.

2- الإعلام العربي، واقعة ومستقبله وأبعاده، خالد رشيد شيخلي، ص 21- 22.

3- انظر كتابنا الإعلام المقاوم، ص 53- 54.

الظواهر الأليمة وإيقاف نزف هذه المخاطر، فقد سعى هؤلاء الخبراء إلى إيقاف نزيف الإعلام العربي حيث سعوا إلى القيام بما يلي:[1]

1) زرع الثقة المتبادلة والصراحة التامة فيما بينهم من خلال المؤتمرات التي يعقدها وزراء الإعلام العرب.

2) البحث والتعمق في عوامل النهوض بالإعلام العربي وعن أسباب المعاناة والتخلف الإعلامي.

3) انعدام التخطيط والتنسيق وفقدان الاتجاهات والأهداف الإعلامية.

ومن جهة أخرى وعلى ضوء ما تقدم فانه نتيجة لضحالة الإمكانيات والكفاءات العلمية والفنية والمادية غير الاعتيادية المهنية والمعايشة المحيطة بالكوادر العاملة فيها ناهيك عن آثار ومخلفات الحقبة الاستعمارية وطبيعة التشتت السياسي المخيم على أقطار الأمة العربية فترة طويلة من الزمن مما أنعكس جلياً على القطاع الإعلامي في صميم أجهزته وأدواته، حيث أدى ذلك إلى ما يلي:[2]

1) ابتعاد الإعلام العربي عن التفهم الصحيح لرسالته وخاصة توعية الجماهير فيما يتعلق بالواقع العربي وستقبل الأمة الراهن وما يترتب عليه من القيام بالكفاح والنضال في ترسيخ وتجذير الديمقراطية بين مكونات المجتمع العربي ليقوم بدوره لتحقيق التنسيق والتضامن العربي ويكون الإعلام أبرز وسائل الثورة الديمقراطية في الشؤون الاجتماعية والاقتصادية.

2) عدم تعرية حقيقة العدوان المزمن والمبيت ضد الأمة العربية من قبل الصهيونية والدول الامبريالية، وعدم فضح أهدافهم ونواياهم العدوانية سواء القريب منها أو البعيدة والمتعلقة بالمصير والوجود العربي.

1- الإعلام العربي، الشيخلي، ص 22.

2- مرجع سابق، ص22- 23.

3) التلكؤ في رفع مستوى أدوات الإعلام العربي ووسائله وأجهزته وتعبئتها بشكل جيد ومنسق وقوي وصحيح لزجها في معارك الأمة العربية لتؤدي مهامها الموحدة ضمن تخطيط علمي وفني وتقني بممارسات حديثة وتعاون إيجابي مثمرة وفعال ليحصل على الثقة والرعاية الكبيرة من كافة المستويات الرسمية وغير الرسمية ومن قبل جميع أبناء الشعب العربي.

4) عدم السعي في تعميق الوعي الجماهيري وترسيخه بما يناسب واقع الأمة وتطلعاتها ورصّ الصفوف لمجابهة أعداء الأمة والشعب في معارك المصير العربي ونحن أشد منه يأساً وافتك منه سلاحاً وأقرب منه إلى المجابهة والمقاومة حتى يتحقق النصر والمجد للأمة وهي بلا أدنى شك ستكون معارك رهيبة ومعارك مصيرية للأجيال القادمة.

مؤشرات الواقع الإعلامي العربي وخصائصه العام:

أشارت المصادر إلى ان مساعي وجهود وخبراء رجال الإعلام العربي في العملية الإعلامية خلال الحقب السابقة وخاصة في مجال الرؤيا والوضوح الإعلامي لعدد كبير منهم إلى ان مؤشرات الإعلام العربي وخصائصه العامة تنبع من ما يلي:[1]

1) ان الإعلام العربي لم يكن بمستوى الطموح العربي ولا في جسامة وضخامة الدور الذي يجب ان يطلع به ولا في مستوى قرارات المؤتمرات الإعلامية العربية ، لان الإعلام العربي لم يكن في مستوى قرارات المؤتمرات الإعلامية العربية ، كما انه لم يكن بمستوى أحداث القضايا العربية الكبرى أو بمستوى النضال والكفاح والتضحية الملازمة لتلك القضايا.

2) ان الإعلام العربي بمجموعة في بعض الفترات لم يكن بالدرجة المطلوبة من التعاون الإعلامي مع إعلام الدول الإسلامية أو الدول الصديقة وتجسيد بنود الاتفاقيات الإعلامية المتبادلة معهم أو مع إعلام دول حركة عدم الانحياز

1- مرجع سابق، ص 24- 25.

لضمها إلى كفاحه ودروبه فكثيرا ما تعقد الاتفاقات الإعلامية مع هذه الدول ولكنها سرعان ما يحتويها النسيان والإهمال.

3) لم يكن الإعلام العربي في الأصل يمارس دور التعاون والتضامن الإعلامي الصحيح المنسق فيما بينه بمختلف وسائله وأجهزته ضمن تنسيق موحد ومنهج مثبت ومقرر بالشكل الذي تحتمه طبيعة المرحلة التي يمر بها ويجتازها الوجود العربي في معركة البقاء ولا بالمقدار المناسب لشراسة وقوة وخبث الإعلام الصهيوني وحليفه الإعلام الامبريالي في كل الميادين والذي بني على التزوير والذرائع الواهية في مسخ الحقائق العلمية والتاريخية، كما ان الصهيونية لم تكن أقل اهتماماً من حليفاتها بهذا السلاح الإعلامي الذي يوظف المعرفة العلمية توظيفاً معادياً للروح العلمية لانه يقوم على الانفصال بين الإعلام والحقيقة والاستعانة بالتقدم العلمي من أجل حجب الحقائق وتزويرها وتحرير المخططات العدوانية والتمهيد لها وتبريرها أمام العالم

4) تخلف الإعلام العربي عن مواكبة تطور علوم الإعلام ونظرياته وفنونه وخاصة الدعاية والحرب النفسية سواء على مستوى الأصدقاء أو الأعداء وأكبر مثال على هذا التخلف كارثة حرب 1967 هي المثل الصارخ للعيوب والنواقص الملازمة والموروثة في الرؤيا والممارسات الإعلامية التي كان يتخبط بها الإعلام العربي ردحاً من الزمن.

5) إزاء كل هذه الحقائق والمؤشرات السابقة وجد خبراء الدعاية والإعلام العرب انه لابد للإعلام العربي من ثورة إعلامية يتجاوز فيها المحن ويتغلب على تلك المعاناة وان يتحدى تلك الكارثة وبدقة التعبير تلك الكوارث التي حلت بالأمة العربية بدءاً من نكبة 1948، ونكسة حزيران ومآسي حروب الخليج بحلقاتها الثلاث 1990- 2003 وان يحدث تحولاً جذرياً لإزالة رواسبها والقضاء على أثارها ودمغها للأمام ليبنى عليها صرحاً إعلامياً جديداً لمستقبل أفضل قائم على ركائز ودعائم متينة آخذاً بالأسباب المعاصرة والتقدم مدعماً بحشد هائل من إمكانات علمية وفكرية وأدبية

وفنية ومادية منسقة ومتكاملة تملأ كل زاوية من زواياه، وكل حقل من حقوله وكل ساحة من ساحاته وكل هدف من أهدافه، بالمحتوى العلمي المتطور، مستفيداً عبر الأحداث والأخطاء السابقة وخاصة تلك التي برزت بوضوح خلال تلك الحقب التي جنح فيها الإعلام العربي نحو الفتور والجمود والتي امتازت بالضعف والهزال والمنتهية إلى الضياع والتمزق.

كما أشار باحثون بان الواقع الإعلامي العربي يعاني من ما يلي:[1]

1) اختلال التوازن في تدفق المعلومات على الصعيد القطري والقومي معاً.
2) انعدام أو ضعف البنية الأساسية للاتصال وهنا يعني اقتصاديات الإعلام.
3) تعدد الموانع القانونية من تشريعات إعلامية طاردة للحرية.
4) قلة الموارد البشرية المهيأة علمياً من صحفيين ومخططين وإداريين وإعلاميين إضافة إلى وجود خطابات إعلامية وسياسية متعددة حيال الوجود الصهيوني في المنطقة.

خصائص الإعلام الغربي:

على ضوء المؤشرات السابقة عن الواقع الإعلامي العربي، فقد تبين لنا انه واقع إعلامي مزرٍ ومخجل أمام الإعلام الصهيوني علماً بان حجم وإمكانات الإعلام العربي هي عشرة أضعفا ما يمتلكه الإعلام الصهيوني، وأبرز خصائص وسمات الإعلام العربي خلال الحقب السابقة جاءت على النحو التالي:[2]

أولاً: التبعية للإعلام العربي: ان الإعلام العربي عانى من التبعية للإعلام الغربي بسبب سيطرة الغرب على مصادر الأنباء والأخبار وانحيازه المباشر لدعم الحركة الصهيونية والتي هي بمثابة مخلب قط أو كلب حراسة للمصالح الامبريالية في منطقتنا، فقد لعب الإعلام الصهيوني بسبب نشاطه المذهل في الأوساط الغربية

1- الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. محمد صقر، ص 140- 141.

2- الإعلام المقاوم، بسام المشاقبة، ص 55- 58 ، وكذلك انظر الإعلام العربي، الشيخلي، ص 26- 41.

في تضليل المجتمع الدولي، وبالمقابل فان الإعلام العربي مارس عملية انكفاء وانغلاق كما ان الأخبار التي تضخ للجمهور العربي عبر وسائل الإعلام الغربي هي مزيفة ومضللة بالأحرى بالمجمل معادية للجماهير العربية.

أي ان ميادين ووسائل وأجهزة الإعلام الغربي الامبريالي وعلى اختلافها وخاصة الأمريكي مسخرة لخدمة أهداف الصهيونية فحسب بل هي مستنفرة لخدمة المخططات الصهيونية الرهيبة والخطيرة بل وتصب في صالح أهداف الامبريالية العالمية، كل ذلك وجد الطريق مفتوحاً أمامه بسبب تراخي وانكماش حركة الإعلام العربي في ميادين وساحات الدول وانعدام قابليته في التأثير المباشر الذي يستطيع به الحد من خطورة الإعلام الصهيوني المضاد. بشكل خاص أو اكتساحه للحضور المباشر الفعال مما أدى في هذه المواقف إلى ان يكون هذا الفرد قابعاً تمت خيمة الاحتكار الإعلامي الامبريالي ومخدوعاً بتضليل الإعلام الصهيوني ومنسجماً معه، بل كان لا يعلم هذا الفرد عما يجري في المنطقة العربية من أحداث مصيرية الا بالمقدار الذي يجود به الإعلام المعادي من معلومات وأخبار وأفكار وصور مزيفة تكون بأكملها دائماً صوراً مشوهة وباطلة وملونة بآراء متعصبة وموجهة بأفكار وثقافات تصب إلى تضليل شعوب تلك الدول وتشويه الحقائق وهي في الأصل تخدم مصالح الكيان الصهيوني وحلفائه، وتدعم العدوان وتطعن بنفس الوقت مصالح العرب وحقوقهم المقدسة المشروعة وتسيء إلى علاقاتهم الطبيعية والمتبادلة مع الأصدقاء.[1]

وحول تحريض الإعلام الصهيوني على الأمة العربية نورد المثال التالي:

فقد جرى استفتاء في صفوف المجتمع الفرنسي اشرفت عليه صحيفة "سوفريس الفرنسية" ونشرته مجلة "لونامال- اوفسور فاتور" الفرنسية حول اتجاهات

1- لمزيد من الاطلاع عن خطورة الإعلام الغربي الامبريالي، ينصح بالاطلاع على كتابنا الأمن الإعلامي.

الشباب الفرنسي للمرحلة العمرية من ((18- 25 سنة))، وقد طرح القائمون على الاستفتاء السؤال التالي:

أي البلدان تشكل خطورة على فرنسا؟

روسيا، أمريكا، ألمانيا الدولة العربية؟

فقد جاءت الإجابات مذهلة ومفزعة في نفس الوقت فقد أجاب نحو 32٪ من المستجوبين من الشباب بان الدول العربية تهدد استقلال فرنسا.

ومن خلال نظرة واقعية لتحليل هذه النسبة نجد انها ليست من قبيل الصدفة، فوسائل الإعلام الفرنسية تخضع بشكل مباشر إلى اللوبي الصهيوني الفرنسي حيث تمكنت وسائل الإعلام الفرنسي من شحن الشعب الفرنسي بان العرب هم المسؤولون عن ارتفاع أسعار النفط والذهب، وان التضخم الذي يتعرض له الاقتصاد الفرنسي جاء بسبب موقف العرب من فرنسا!!!

ثانياً: أحكام بعض الدول العربية في استخدام دعايتها وإعلامها في شرح قضايانا الكبرى أمام الرأي العام الغربي والرأي العام للدول الصديقة للعرب، أي ان الخطاب الإعلامي العربي كان مسؤولاً مباشراً عن هذا القصور بل انه ترك المجال للإعلام الصهيوني ان يخترق العقل العربي.

ثالثاً: عدم توظيف وتطوير أجهزة الإعلام العربي والقائمين عليه بمخاطبة الشعوب والحكومات الغربية والتحدث إلى عقولهم وقلوبهم والتأثير عليها بلغة الشعور بالمسؤولية الإنسانية والمنطق المقبول والمستساغ فكرياً وثقافياً وعدم استقرار الرأي العام العالمي أو التقرب منه بالتحليل الواقعي وعرض الحجج الناصعة والمعززة بالأسانيد والأرقام وبالأسلوب العلمي الأكثر تطابقاً مع الحقائق والأكثر تفهماً وتقبلاً بما يخدم القضايا العربية العادلة ليدركوا ويميزوا ما بين ما هو حق واضح وصريح وبين ما هو باطل مزيف ليصبح الإعلام العربي قوة ضاغطة على الرأي العام العالمي مثلما هي عليه قوة الإعلام المعادي أو الآخر لا ان يكون قوة صوتيه فقط، إضافة إلى انه قد يصبح قوة لها وزنها في

التصدي للإعلام الصهيوني بشكل خاص والغربي بشكل عام وإجهاض التحديات الدعائية الإعلامية المغرضة وتعريتها وفضح نواياها الخبيثة.

وفي هذا المجال فقد عزا رجال الإعلام والفكر الغربي العجز الإعلامي العربي إلى عدم مجاراة الإعلام العربي بالإعلام الغربي والصهيوني، وفي هذا الصدد فقد وصف الكاتب الصحفي اليهودي الأمريكي " د. الفرد ليلنيتال" بالقول على النحو التالي:

"استطيع ان أؤكد لكم بان الإعلام العربي مازال ضعيفاً ودون المستوى الذي يطلبه المواطن الأمريكي والأوروبي حيث ان لغة الخطاب التي يلجأ إليها الإعلام العربي لا تشبه تلك التي اعتاد عليها المواطن الغربي حيث ان لغة الإعلام العربي بعيدة عن الأساليب المتعارف عليها بالغرب، فالمفروض مخاطبة العقل الأمريكي أو الأوروبي بلغة يفهما هو ولا تفهمونها انتم وبهذا يجعل من الدعاية في بلدكم والإعلان الداخلي هنا غير صالح للتطبيق والممارسة في بلدنا أو في أي بلد آخر، وهذه حقيقة يجب الاعتراف بها لانها ما زالت بعيدة عن استيعاب وتطبيق جهات عديدة، ومن أجل تجاوز مثل هذه الثغرات من المفيد جداً تطعيم الدوائر الإعلامية العربية في أوروبا وأمريكا بعناصر كفؤة ومثقفة تمتلك القدرة العملية والنظرية على مخاطبة العقل والعاطفة الأمريكية والأوروبية.

والباحث يقول "ان المفكر الأمريكي "ليلنيتال" يريد ان يقول لنا ان الإعلام العربي هو إعلام متخلف وعاجز عن إيصال خطابه للرأي العام الغربي ومرد ذلك يعود إلى الأسباب التالية:[1]

1) غياب التخطيط الإعلامي العربي غياباً مطلقاً في الخارج واذا ما وجد فانه يفتقر إلى الوسائل المتطورة والفعالة، وإلى الاعتمادات المالية الكافية وإلى توفير الكادر الإعلامي الفعال ذو القدرة الإعلامية الجيدة مع العلم ان الوجود

1- الإعلام المقاوم ، بسام المشاقبة، ص56.

الإعلامي العربي في الخارج أصبح ملحاً وضرورياً وهذا لن يتم إلا بتجذير أواصر العلاقات الإعلامية ما بين العرب وغيرهم من الشعوب العربية.

2) ضعف النشاط الدبلوماسي والإعلامي العربي مع الآخر أو ما نسميه ضعف الإعلام الدبلوماسي في تسويق القضية العربية بسبب التقصير الإعلامي العربي.

رابعاً: قيام بعض الأقطار العربية ان لم نقل معظمها بالحصار الإعلامي من خلال فرض الرقابة المشددة على وسائل الإعلام ورجالها العرب، حيث يمكن وصف المنطقة العربية قبل بروز العولمة الإعلامية بانها منطقة مغلقة أمام كل صحفي وإعلامي أو باحث أو مؤسسة إعلامية أجنبية تسعى للمعرفة والاطلاع على الحقائق والأحداث والأوضاع السائدة في المنطقة ليتسنى مقارنتها وتمحيصها بما كان الإعلام الصهيوني قد عبأ نقيضها، فتصبح تلك المعرفة مشعلاً ينير درب الحقيقة ويبرز الصورة الحقيقة الناصعة لينقلوها لشعوبهم من مسرحها الأساسي نقية ساطعة لا يشوبها دس أو تلفيق وتكشف بصدق شرعية الكفاح العربي.

والباحث يقول ان الرقابة العربية على وسائل الإعلام كانت رقابة مشددة وما زالت اذ ان السلطة العربية مازالت تنتهج سياسة إعلامية شمولية مقيدة للإعلام ساهمت في حبس الحرية الإعلامية وحرية التعبير.

خامساً: اعتماد الخطاب الإعلامي كعادته على الخطاب الحماسي والعاطفي والشعارات الرنانة والابتعاد عن الخطاب العقلاني الذي يعتمد على الحكمة ويبتعد عن التهويل والمبالغة.

سادساً: ضعف الكوادر الإعلامية العربية أو قل غياب الكوادر الإعلامية المدربة والمقاتلة على الصعيد الفكري والثقافي وهذه الكوادر سبب غيابها عن الإعلام هو بسبب سيطرة العقل الأمني والمخابراتي على الإعلام، ولذلك فان معظم العاملين بالإعلام العربي هم المعزولون عن واقع الأمة وهم أشخاص لا

يحملون مشاريع وأجندة إعلامية وفكرية إبداعية للدفاع عن الأمة، أما الإعلامي العربي الذي نريد فهو المفكر والمبدع وليس الموظف الذي دخل جهاز الإعلام بالواسطة ليعيش من الإعلام أو ليعتاش منه، ولذلك فهو لا يهمه محتوى أو فحوى الرسالة الإعلامية بمقدار ما يهمه راتبه ومعاشه.

ومن هنا فان الكادر الإعلامي العربي هو كادر ضحل ثقافياً وإعلامياً وعقيم فكرياً، بل يمكننا القول انه أصبح فريسة سهلة ودسمة أمام التنظيم والكادر الإعلامي الصهيوني، وهكذا فان الكوادر الإعلامية العربية اعتمدت على أسلوب الكذب والخداع والتهويل والتضخيم والتشويه في توجيه نشاطاتها الإعلامية نحو قضايا هامشية تركز على شخص الحاكم العربي أو النظام العربي متجاهلة مطالب الرأي العام العربي.

سابعاً: اعتماد العواطف الجياشة ومظاهر اللامبالاة بعكس الإعلام المعادي الصهيوني الذي اعتمد على العقل والحذر في كل نشاطاته وبرامجه وأساليبه وتحركاته.

ثامناً: غياب الإستراتيجية الإعلامية العربية الواضحة تجاه ما يجري للأمة من انكسارات، فبالرغم من وجود بقايا إستراتيجيات عربية فان ثقافة النظم السياسية العربية أشاعت الاستبداد والخنوع والقهر والتخلف والضياع وتبرير الذرائع وتثبيت الوقائع السيئة كل ذلك ساهم في تشميع الإعلام العربي بخطاب عاجز عن مواكبة حركة التاريخ والتغيير نحو الأفضل.

ان غياب الإستراتيجية الإعلامية العربية أدت إلى غياب النشاطات الإعلامية المرسومة بدقة في مختلف الميادين لكسب الرأي العام والتأثير عليه ليتسنى له تثبيت وتأكيد كفاح الشعب العربي وعدالة قضيته.

فالإعلام العربي كان ومازال يتخبط في تحديد الأهداف ومنها الأهداف السياسية الإعلامية وكل ذلك ساهم في تعثر التخطيط الإعلامي والتطبيق والممارسة الإعلامية لدرجة انه آثار استخفاف وغرابة الرأي العام العالمي على الصعيدين الرسمي

والشعبي، وبالمقابل كان الإعلام الصهيوني قد حدد بالضبط إبعاده وأهدافه وأحسن التخطيط والتطبيق والممارسة بأساليب إعلامية مرسومة وباطلة.

تاسعاً: ابتعاد الإعلام العربي عن تطبيق مناهج البحث الإعلامي وغياب العقلانية الإعلامية والتي تنطلق من تطبيق الأسس العلمية لنظريات الإعلام التي تعتمد على البحث الإعلامي الرصين ناهيك عن غياب النزعة الإعلامية المبدعة والمبتكرة، بالمقابل فالإعلام الصهيوني كان له إستراتيجية وعقيدة سياسية واضحة محددة الأهداف عن العرب من حيث تاريخهم وتفكيرهم الساذج.

أي ان الإعلام العربي لم يعتمد في ممارسته الإعلامية على النظريات والمبادئ العلمية الحديثة في علوم الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والدعاية وعلم النفس وعلم الاجتماع والعلوم الإنسانية الأخرى.

بل ان الإعلام الصهيوني كان السباق في هذا الجانب وخاصة في مجال الدعاية السياسية والإعلامية حيث لم يسند مهمة العمل الإعلامي والدعائي إلى قيادات فكرية أكاديمية وانما اسند مهمة العمل الإعلامي لأشخاص لا يجيدون الا القراءة والكتابة.

عاشراً: عدم الاهتمام بما يجري على ساحات الإعلام الدولي ولذلك يمكننا وصف الإعلام العربي بانه إعلام نائم وتائه ومسترخٍ وغير مستيقظ للأحداث التي تجري بل يمكننا القول ان الإعلام الصهيوني هو الذي يفرض على الإعلام العربي جدول أعماله، أي ان الإعلام العربي لم يكن واعياً ومستيقظاً لما يجري حوله بل انه كان متجاهلاً للأساليب الخبيثة للإعلام الصهيوني التي كانت تخترق ساحات العمل العربي.

حادي عشر: غياب منهجية الحرب النفسية عن أدبيات ومرجعيات الإعلام العربي بسبب غياب التخطيط في استخدام الحرب النفسية القوية للتأثير على اتجاهات الإعلام الصهيوني لضربه واختراقه وهز خاصرته ما أمكن أي العمل على اختراق الجبهة الداخلية للمجتمع الصهيوني المكونة أصلاً من

تناقضات وصراعات كبيرة جداً وخاصة التركيبة المتناقضة طائفياً وعرفياً وطبقياً بل وكشف مكامن الضعف في بنيوية المجتمع الصهيوني.

ثاني عشر: افتقار الإعلام العربي إلى المنظمات والهيئات والمصادر الرسمية وغير الرسمية سواء المختصة بالإعلام أو المكلفة به للحصول على أحداث وادق المعلومات التي يحتاجها العاملون والمسؤولون في حقل الإعلام للتخطيط والتنسيق أو لمعرفة خطط ونوايا وتحركات الإعلام المعادي أو الصهيوني في كافة المجالات، وقد تجلى ذلك في لحظات الساعات القليلة الأولى التي سبقت بزوغ فجر الخامس من حزيران 1967.

اذ كان الإعلام الصهيوني يمتلك مصادر عديدة تمده بالمعلومات عن كل ماله علاقة بالقوات المسلحة العربية من حيث عددها ونوعها وأسلحتها وتوزيعها وأهدافها، كما كانت تمده بأدق المعلومات عن كل ما له علاقة مباشرة بحياتنا الاجتماعية وعاداتنا وتقاليدنا.

ثالث عشر: غياب أجواء الحرية الإعلامية لمعظم النظم السياسية العربية "باستثناء لبنان" وهذا كله ساهم في انعدام الثقة ما بين القيادات العربية والقاعدة الجماهيرية.

رابع عشر: كل وسيلة إعلامية ودعائية عربية كانت تعمل بمفردها أي ان الخطاب الإعلامي لم يكن واحداً بل متعدداً وهذا كله يثبت الجهود الإعلامية ويثبت وجود خطابات إعلامية وسياسية متعددة حيال الوجود الصهيوني في المنطقة.



تشريح الواقع الإعلامي العربي

ان الإعلام لا يشكل أهم أدوات الوعي للدول فحسب بل للقوى السياسية والاجتماعية معاً، والتي من خلاله تتمكن من التأثير في المستجدات والأحداث والقرارات وترسم آفاق التنمية والتطور للمجتمعات والشعوب، ومن هنا فان الواقع الإعلامي العربي نراه من زاويتين لا ثالث لهما تحددان في النهاية نشأة الأجهزة الإعلامية وتطورها وهاتين الزاويتين يمكن تحديدهما في نطاق مرحلة المجتمع الإقطاعي المتخلف والقاصر ونطاق مرحلة النضال القومي التقدمي ذات الآفاق المستقبلية الواسعة.

وقبل الخوض في معرفة وتشخيص كل مرحلة من هذه المراحل من زاوية إعلامية لابد من الإشارة إلى وظيفة الإعلام بشكل عام في الدولة والمجتمع فوسائل الإعلام تشكل الوسيط ما بين المجتمع والدولة والمواطن والحكومة، وبذلك تمكن وظيفة الإعلام بشكل عام تحقيق وإنجاز وتكييف الرأي العام وبلورته في البلد وفق المقتضيات الثقافية للدولة، ومن خلاله تتبع وظيفة النشاط الإعلامي في النظم السياسية وخاصة النظم التي تستخدم الإعلام لاستغلال المجتمع والسيطرة عليه كما هو الحال في النظم السياسية العربية.

ولذلك فقد عانى الإعلام العربي من خضوعه تحت السيطرة الإقطاعية وقد تجاوز هذه المحنة عندما شقت بعض الدول العربية طريقها نحو التقدم والاستقلال والتنمية، رغم ان أجواء العجز والقصور التي استمت بها المرحلة برمتها وكان المطلوب من المجتمع وبكل مكوناته ومنها المكون الإعلامي، ولذلك كان مطلوباً من القائمين على الإعلام العربي وأجهزته المتعددة ان ينقلوا الخطاب الإعلامي من الخطاب التبريري إلى الخطاب الثوري ليحققوا شروط الثورة العربية والتحول التاريخي للعرب، وللأسف فقد أزداد نفوذ الخطاب التبريري وتباطأ التقدم والتطور، وهذا يعني تأييد ثقافة التخلف الذي جاء من خلال هيمنة الخطاب الإعلامي العربي التبريري الذي يستند على

المنطق السطحي الدعائي وهذا الخطاب هو المسؤول عن عجز الإعلام العربي وضعفه من خلال المحورين التاليين:

المحور الأول: التأثير الفعال عن مجرى الأحداث الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

المحور الثاني: التصدي الحقيقي للحرب الدعائية والإعلامية بمختلف أشكالها والتي تقوم بها الاستعمارية والامبريالية والصهيونية معاً.

وان اخطر هذه المحورين هو المحور الثاني ولذلك لابد من أجهزة الإعلام العربية ان تعي ان دور وظيفتها يكمن في مواجهة القصف الإعلامي الامبريالي والصهيوني خاصة وان القوى الإعلامية الامبريالية والصهيونية تملك الإمكانات الضخمة في إدامة فوهات أسلحة الإعلام من خلال وكالات الأنباء ومحطات الإذاعة والتلفزة.

ولذلك فان تشخيص الحالة الإعلامية العربية يكمن في الآتي:[1]

1) لا زال ميزان القوى في صالح الصهيونية والامبريالية بسبب ضعف الإعلام العربي وتمزقه ووجود سياسات إعلامية عربية خارجية متناقضة لغاية الآن، حيث لم يصل الإعلام العربي إلى مستوى المعركة الخطيرة التي تجابها الأمة العربية.
2) مازال الإعلام العربي يخلط ما بين أولوياته الداخلية والخارجية: وليس لديه القدرة على التمييز بين مكونات ومستويات العمل الدبلوماسي الدولي.
3) ان النظم السياسية العربية أصبحت تشكل عقبة كأداء في نجاح وفاعلية الإعلام العربي الخارجي سواء على المستوى الدولي أو على المستوى المحلي والسبب في ذلك يعود إلى ان الإعلام العربي يعبر عن مجموعة متناقضة من الآراء والاتجاهات والمواقف التي تخفى ورائها تضارباً في المصالح والاستراتيجيات التي تكونت عبر ظروف التخلف والتجزئة ولازالت مستمرة

1- الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. محمد صقر، وزارة الثقافة السورية، 1998، ص 126- 127.

بين ثنايا الواقع العربي وتعمل على شدّة إلى الوراء وتسعى جاهدة لإضعاف إمكانية المواجهة الفعالة ليس على الصعيد الإعلامي فحسب بل على الصعيد العسكري والسياسي.

4) ان بداية تشخيص الإعلام العربي عليها ان يعي ان يواجه تحديات خطيرة حيث انه يواجه قوى معادية متعددة وهذا يستدعي العمل لإنهاض العمل الإعلامي العربي وتحقيق قفزات نوعية تتجاوز الخطاب التبريري النفعي الذي خلق فجوة ما بين الدولة والمجتمع، مما أضعف العلاقة ما بينهما وجعله ضعيفاً أمام التحدي الصهيوني الامبريالي.

والأهم من ذلك يجب علينا ان لا نغرق في تفاصيل تشخيص المشهد الإعلامي العربي، وان لا نبقى ندور حول المرض بان علاجه مستعصٍ ومتكلس وان معالجة واقع الإعلام العربي شبه مستحيلة للنهوض به وان الإعلام العربي مسؤول عن هذا الإخفاق الذي تمر به الأمة العربية فحسب بل آخرين يحاولون تبرير فجائع الأمة ومآسي السياسة العربية فيضعونها على شماعة الإعلام، والأخير يتحمل المسؤولية كباقي القطاعات الأخرى في المجتمع والدولة العربية وهذا يدعونا أكثر للقول بالرغم من أهمية الإعلام ودوره في أحداث التغيير الثوري، لكن هذا الإعلام ليس هو الصانع للقرارات بل هو منفذ للسياسات ولذلك فان تشخيص المشكل الإعلامي العربي تبدأ من المحاور التالية:[1]

أولاً: تحديد جذور المشكلة الإعلامية: ان بداية تشخيص مشكلة الإعلام تبدأ من الاعتقاد الجازم بان المشروع القومي العربي هو مشروع نهضوي وهو مشروع أصيل يواجه المشروع الصهيوني المدعوم والمسنود من الامبريالية العالمية هو مشروع طارئ ونبت غير مشروع بل هو لقيط امبريالي خبيث، ومن هنا فان الكيان الصهيوني سيزول آجلاً أم عاجلاً والتاريخ شاهد على ذلك وسيختفي

1- مرجع سابق، ص 227- 238.

هذا الكيان لانه كيان عنصري واستيطاني معاً كما اختفى نظام جنوب أفريقيا العنصري إلى الأبد كباقي المشاريع العنصرية، وان الصراع ما بين المشروعين هو صراع وجود لا صراع حدود ومهما اعتقدت أبواق الصهيونية والمرجفين العرب بانه انتصار حرب، فالحرب قائمة بأشكال ووسائل متعددة، والغلبة الآنية للصهيونية بدأت تتزحزح يوماً بعد يوم وسيدمر المشروع الصهيوني آجلاً أم عاجلاً، وهذا يتطلب من العرب معرفة أسباب العنصرية وقراءة عوامل تغيير ثقافة الانكسار.

من خلال هذا العرض تبين لنا ان تشخيص مشكلة الإعلام العربي يبدأ من تحديد المرض وتحديد العلاج الذي يجب ان نبدأ بإعطائه من خلال الآتي:[1]

1) التمسك بوحدة الهدف القومي العربي ومواجهة العقل القطري وتطويق عمره، فعلاج المشكلة يبدأ بالخيار الوحدوي الديمقراطي وبدون ذلك فان المرض سيزداد ضراوة وسيتسع وسيسمح العقل الصهيوني ان يغذي العقل القطري وهذا لن يتم إلا اذا توافقنا ما بين النظرية والتطبيق والفعل والقول، ولذلك فان ما نشاهده الآن على وسائل الإعلام القطرية انها ترصف وتعبد الشارع القطري وتزعم انها تدعو إلى الوحدة والعمل الوحدوي القومي العربي.

2) أي ان بعض وسائل الإعلام العربية ان لم نقل غالبيتها تقف موقفاً مزدوجاً تتحول معه إلى وسائل تضليلية تدوس الحقائق وتطمس المعلومات بعد ان يتعدها عن يد المواطن العربي وان قدمتها تقدم رأس السلطة ورغم ان العالم شهد تحولات وأصبحت المعلومات متاحة للمواطن العربي فهو بإمكانه ان يحصل عليها من وسائل متعددة خاصة مع بروز الإعلام الجديد الذي انطلق من ظاهرة العولمة الإعلامية، والأخيرة قد تشكل خطراً على منظومة الثقافة العربية برمتها.[2]

1- مرجع سابق، ص 228- 230.

2- مرجع سابق، ص 228- 230.

ثانياً: الفعل العربي المطلوب: مما لا شك فيه ان الفعل العربي المطلوب يبدأ أولاً بالتفكير في جدلية الصراع القائم في الواقع والمتمثل في ان المشروع العربي الوحدوي الديمقراطي النهضوي لا يمكن ان تكتب له الحياة اذا لم يلحق الهزيمة الساحقة بالمشروع الصهيوني المدعوم من الامبريالية الأمريكية وان الانتصار في هذه المعركة مشروط أولاً وأخيراً في فعل عربي يتصدره العمل من أجل تحويل ما يطلق العالم العربي لدى الغرب إلى وطن عربي أي تجاوز التجزئة والتفكك والانقسام واستنباط صيغ تصب كلها في إطار التوحد والتعاضد والتضامن والتكاتف وصولاً إلى الوحدة الشاملة.

ان العمل الوحدوي العربي مرهون بنفي المشروعين الصهيوني والأمريكي ولا يمكن ان يكون للمشروع القومي العربي قيام الا على أنقاض المشروع الأمريكي والصهيوني معاً، من خلال إشاعة ثقافة المقاومة ودعمها وتمويلها من كافة القوى الشعبية والقومية والإسلامية واليسارية، والتي عليها ان تجسد في فعل منظم أولاً وفي فعل عربي شمولي أو تتشكل وحدات ثنائية أو ثلاثية أو أكثر عبر نواة عربية مرتكزاً ومنطلقاً لها الفعل الشمولي والا تحولت هذه الأفكار إلى أحلام وتمنيات ليس إلا.[1]

ومن العجائب التي نلمسها ان الإعلام العربي يصرخ ليلاً ونهاراً انه جاء ليدافع عن المشروع القومي وهوية وثقافة الأمة العربية، وفي المقابل تخترق الثقافة العربية وتزداد الدولة القطرية نفوذاً، فأصبح الإعلام العربي القطري يردد مصطلحات لا تخدم العمل العربي المشترك " فالأردن أولاً، ولبنان أولاً، ومصر أولاً وليس الأمة العربية أولاً.

ومن هنا فخبراء الإعلام وصفوا الإعلام العربي بانه إعلام انفعالي يؤمن بالصراخ لا الفعل المؤتمر أي انه يعكس الحالة الانفعالية للنظام الذي يصدر عنه فمعظم الدول العربية لا تتعاطى مع القضايا المصيرية بنفس الإدارة وصدق النية فهي

1- مرجع سابق، ص 230- 231.

تتحدث عن النطاق القومي بلغة وتمارس الفعل بشكل آخر داخل حدودها المحلية فزيارة رئيس عربي إلى محافظة من المحافظات أو حضور حفل فني ساهر لفنانة عربية أهم من قصف إسرائيل لمدن فلسطينية أو لبنانية أو عربية.[1]

ولذلك فالمطلوب من الإعلام العربي ان يضغط على مشكلة أعراض المرض العربي وهو العمل الوحدوي وبدونه فلن يكون للعرب وجود، وهنا يقع الدور على الإعلام القومي المقاوم للتجزئة والتفرقة.[2]

ثالثاً: دور الإعلام في العمل القومي والوحدوي: ان اكتمال المشروع الوحدوي العربي لا تكتمل إلا بالإعلام العربي الديمقراطي النهضوي فالإعلام العربي يشكل جزءا أساسياً من هذا المشروع لانه منطقياً بل عملياً لا يمكن إنجاز أي مشروع يقوم على فعل الأفراد دون تفعيل في إدارة هؤلاء الأفراد والتفعيل لا يمكن ان يقوم دون حوار وتفاعل بين المساهمين وغير المساهمين بل يجب العمل على إقناع الناس بالمشاركة بالبذل لخدمة هذا المشروع، ويلعب الإعلام دوراً كبيراً في عملية الإقناع وبالتالي استدراج أوسع فئات الشعب للمشاركة في هذا المشروع والانخراط في سياقه حتى النهاية، والحقيقة الثانية في هذا المجال ان كل عمل اجتماعي كبير يحمل بعداً تاريخياً يحتاج بالضرورة إلى أجهزة إعلام ودعامة ليس للترويج والتعريف وانما لترسيخ الأفكار وإيصالها إلى عقول الأفراد يحولها إلى قوة هائلة بل وإلى اتجاه للتغيير والفرح والتصميم لتبديل الواقع بمنحى هذه الأفكار والقيم مما يجعلها واقعاً معاشاً.[3]

ومن خلال النظر إلى واقع الإعلام العربي فالإعلام المقاوم للتجزئة غير موجود بل ان الموجود هو متناقض مع المشروع الوحدوي ويعمل بالاتجاه المعاكس،

1- مرجع سابق، ص 231.

2- لمزيد من الاطلاع فقد قدم الباحث إسهامات فكرية في هذا المجال، فقد صدر له كتابان هما الإعلام المقاوم وثقافة المقاومة في الفكر الإسلامي.

3- مرجع سابق، ص 232.

وعندما يتفحص المراقب بالبحث عن الأسباب يجدها كامنة عملياً في ان وسائل الإعلام العربية في غالبيتها وسائل حكومية رسمية محكومة بسياسات تلك الحكومات والنظم القائمة على النظرة القطرية وخدمة السلطة وتوظيف كل شيء في سبيل استمرارها فضلاً على ان هذه الوسائل تدين بالتبعية ليس على مجرد التقنية فقط لوسائل الإعلام الغربية وانما تدين لها بأساليب العمل والتوجه، وكذلك بالمضامين بما يخدم في النهاية سياسة النهب، والسلب، وتحقيق ربط الوطن العربي بالسياسات الاستعمارية الامبريالية، وبالتالي تعمل على خدمة المشروع القومي الوحدوي.[1]

وعلى ضوء ما تقدم فان وسائل الإعلام العربية لا تتعامل مع المتلقي العربي بما يحفزه لانجاز مشروعه المستقبلي المصري وانما تضلله في غالب الأحيان عن الأهداف التي يجب ان يعمل من أجلها وللأسف فهناك إعلام عربي يتجاوز جوهر المشكلة التي يعاني منها المواطن العربي كما انه يهرب من طرح الأزمات الجديدة وتغلب عليه الجانب الثانوي على حساب الأساسي والهامشي على الجوهري وتتجه نحو التسطيح في الثقافة والفكر وتتاجر بوقت المواطن العربي.

رابعاً: نظرة عاجلة في المهام الأكثر حيوية وإلحاحا أمام الإعلام العري: ان المسؤولية القومية تستدعي من الإعلام العربي ان يقدم مصالح الشعب العربي والأمة العربية وخاصة ايلاء الأولوية لمجابهة المشروع الصهيونية وأبرز المحاور إلحاحاً ما يلي:[2]

1) إعطاء الأولوية القصوى للصراع العربي الإسرائيلي وكشف جوانب وحيثيات هذا الصراع بصورة دائمة وتفنيد الأباطيل والأضاليل التي تكتنف مسيرة هذا الصراع وما يلحق بها يومياً حتى يعيش المواطن العربي المناهض للمشروع

1- مرجع سابق، ص 233.

2- مرجع سابق، ص 235- 238.

الصهيوني الإسرائيلي الذي يقوم على التوسع والاستيطان لتحقيق حلم توارثي "حدودك يا إسرائيل من الفرات إلى النيل".

2) الاستفادة من معطيات الثورة المعلوماتية ومن الشبكة العنكبوتيه لتوضيح إبعاد الصراع في المنطقة وتكوين الرأي العام العالمي المؤيد للحق العربي والدخول في هذا المجال أصبح متاحاً لان ثورة المعلومات تعطي القدرة لوسائل الإعلام العربي على الانتشار عالمياً وبمقدار ما يمتلك الإعلاميون العرب من معارف بأساليب العمل الإعلامي يستطيعون إقناع الرأي العام العالمي بالقضية العربية ويؤمنون مؤيدين لهذه القضية في شتى أصقاع العالم.

3) ممارسة الإعلام العربي لدور تحريضي وتربوي في آن معاً لاستنهاض القدرات الكامنة لدى المواطن العربي باتجاه قضاياه الأساسية وخاصة قضية المصير والوجود التي يجب الا يعلو عليه قضية أخرى، ومن واجب الإعلامي العربي ممارسة حرية التعبير بمنتهى الموضوعية حتى يكون مقنعاً في أطروحاته فالحرية والمسؤولية الوطنية والقومية هي أكثر ملائمة إعلامياً لخدمة مشروع العرب النهضوي.

4) الانطلاق في الخطاب الإعلامي العربي من النظرة القومية الوحدوية لأجزاء الوطن العربي، ومن احترام العمق الروحي والتراثي للمواطن العربي وتحفيز كوامن النضال والكفاح من أجل رفعة العرب كمجموع والبحث دوماً عما يجمع ويوحد ونبذ ما يفرق ويمزق وتجاوز الخلافات الهامشية في سبيل الهدف الأكبر وصب الاهتمام نحو جبهة واحدة وخطر واحد يتمثل بالخطر الإسرائيلي الذي تتولد منه الأخطار كلها.

5) اعتبار الوحدة العربية هي الحل لمشكلات العرب وأزماتهم الراهنة والمستقبلية والتأكيد في الخطاب الإعلامي العربي على هذه الحقيقة انطلاقاً من ان عالم اليوم يتجه نحو تشكيل الوحدات الإقليمية الكبيرة القادرة على الاستفادة من الإمكانيات المتنوعة مما يفقد الوحدات الصغيرة

قدرتها على الصمود في مواجهة التنافس، ولنا قدوة بالوحدة الأوروبية وكلنا يعرف ماذا جرى خلال القرون الماضية بين الأوروبيين وخاصة القرن الماضي حيث جرت حربان عالميتان مدمرتان فالظروف العربية شبيه بالأوربية من حيث عوامل الوحدة والدين واللغة والتراث القومي.

6) التحذير من إعلام التسوية والسلام حيث ان هذا الإعلام هو إعلام تضليلي يسعى إلى تخدير الشارع العربي وان التسوية هي خيار صهيوني مئة بالمئة وليس عربي، والأحداث التي جرت وما زالت تجري على الأرض كشفت لنا ان الكيان الصهيوني هو كيان وحشي لا يمكن ان يعترف بحق الشعوب في السلام والأمن فالصهيونية عقيدتها السياسية تنطلق من الاستيطان والتوسع والسلام هي أكذوبة صهيونية.

7) إحداث مؤسسة عربية قومية إعلامية تشترك بها كل الدول العربية وليكن لها قناة فضائية قومية تمثل القاسم المشترك للعرب من أقصى الوطن العربي لأقصاه، وان تدعم وتمول كمؤسسة مستقلة بعيداً عن التناحر والتنافر والسيطرة الغربية.

تشريح الإعلام العربي وأسباب عجزه وأزمته الراهنة:

أشرنا فيما سبق إلى ان السلطة العربية لمرحلة ما بعد الاستقلال الوطني أي ما بعد الاحتلال خلال المرحلة الممتدة من عشرينات القرن الماضي إلى الستينات أي منذ ان اعتلت القوى التي تسمى بالوطنية سدة الحكم بعد مرحلة ما يسمى بالاستقلال الوطني حيث حرصت أغلب الدول العربية بما فيها التي انحازت إلى المنهج الليبرالي في تطبيق الإعلام، وأزداد هذا الحرص فيما بعد انتشار الإعلام المسموع والفضائي وما ترتب على ذلك من تبدلات في الاتصال الجماهير.[1]

1- قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي، د. مي العبد الله، منشورات مؤسسة عبد الحميد شومان، ص 30.

وخلال هذه الحقبة ظهر في أدبيات الإعلام ما أطلق عليه إعلام الدولة حيث تبنت السلطة العربية كما أسلفنا في مرحلة ما بعد الاستقلال الوطني بالترويج لهذا المصطلح الإعلامي والمسمى بالإعلام الوطني أو ما يسمى بإعلام الدولة حيث انطلقت قناعة الدولة العربية بان هذا النموذج يشكل حيثية تاريخية فرضتها مرحلة التطور الاجتماعي والاقتصادي والظروف السياسية والقومية والإستراتيجية الناجمة عن واقع التجزئة والاحتلال الأجنبي الامبريالي لجزء من أراضي الأمة العربية، وهذا يعني من وجهة نظر منظري إيديولوجيا الدولة إقصاء الأفراد والجماعات عن الإعلام لكي تتفرد الدولة بالمسؤولية الإعلامية على اعتبار ان الشأن الإعلامي يقع في مجال المجتمع ولا يجوز تركه للمبادرات الخاصة كغيره من الأنشطة والمشاريع، اذ ان المرحلة التاريخية من وجهة نظر الحكومات والنظم العربية غير عادية وانه لا صوت يعلو فوق صوت الدولة أو إعلام الدولة. وهذا بالضباط ما يريده كهنة السياسة إيصاله للناس بان الظروف العربي الراهن يتطلب وجود إعلام غير عادي ينخرط في عملية التنمية والبناء ويساهم في تحقيق طموحات الأمة العربية.

ومن خلال إلقاء نظرة على تركيبة الإعلام الوطني أو إعلام الدولة أو إعلام السلطة في معظم الدول العربية نجد ان مكونات هذا الإعلام لا تنسجم مع وصفة إعلام الدولة آنفاً من حيث الخصائص ولا من حيث الصفات لان آليات تشكيل النظام العربي الرسمي والاجتماعي والمسوغات التاريخية والفكرية التي استخدمت عبر عقود الاستقلال وفي مراحل انتشار الإعلام الكتروني هي نفس الظروف العربية والإقليمية والدولية والتي ساهمت في صناعة النكبة والنكسة الفلسطينية وما نجم عنها من احتلالات وصراعات عربية وعربية، وإخفاقات قومية كل ذلك قدم الذرائع الكامنة لكي يتمكن أحد أطراف الدولة الا وهي السلطة التنفيذية من استقطاب الإعلام الجماهيري برمته وتعميق هذا الاستقطاب عقداً لمواجهة معطيات المرحلة الحرجة أي لا صوت يعلو فوق صوت الدولة أو السلطة حتى فقط الإعلام الدولة كل مقوماته وتحول إعلام الحاكم أو إعلام السلطة الحاكمة.[1]

1- مرجع سابق، ص 165- 166.

من خلال ما تقدم ذكره برز خلال الحقب السابقة ومازال مصطلح إعلام الدولة حيث ما زال يتردد على السنة العديد من السياسيين والإعلاميين فماذا نعنى بإعلام الدولة؟

هناك اجتهادات كثيرة تجاه هذا المصطلح وهو الإعلام الموجود داخل الدولة سواء أكان إعلاماً رسمياً أم أهلياً، والذي يقوم بتغطية كل نشاطات الدولة بكافة سلطاتها الثلاثة التنفيذية والتشريعية والقضائية ليس بهدف التأثير على الجماهير وإعطائهم الفرصة السانحة لاختيار الإعلام الذي يناسب توجهاتهم بل الإعلام من أجل الإعلام والتأثير في اتجاهات الناس كما تريد السلطة أي إعلام دعائي إقناعي.

أنماط الإعلام العربي:

فقد صنف علماء الإعلام العربي أنماط الإعلام العربي إلى قسمين:[1]

أولاً: الإعلام الرسمي: وهو الإعلام الذي تملكه وتشرف عليه الحكومة وهو الحائط الفولاذي المعروف والذي يعكس السياسات العامة للحكومة فهو إعلام يقع تحت دائرة الإعلام السلطوي لان السلطة هي التي تحدد خطابه وموضوعاته وتوجهاته فهو إعلام أحادي الطرح يغيب الرأي الآخر وهو رسمي لا علاقة له بالمجتمع وتطلعاته وتغيب الشفافية عنه، وتمتاز بالجمود والتخلف عن ركب التطورات التقنية ومهمته المحافظة على الوضع الراهن بل ويساهم بالحجر على عقول الجماهير والتستر على الفساد وكان له دور في احتكار الساحات، وقد تآكل هذا الإعلام مع بروز الإعلام الجديد والقضائي.

ثانياً: الإعلام الخاص: وهو الإعلام الذي يعتمد على فلسفة مالكي وهو متقدم على الإعلام الرسمي لكنه أسير للسياسات الحكومية والأهم من ذلك ان مالكية من رجالات الدولة والمرتبطين معها ومعظم أنماط هذا الإعلام ربحي

1- مرجع سابق، ص 170- 171.

يركز على الترويج والاستهلاك والترفيه، لكن ما يميز هذا الإعلام أو جزء منه عن الإعلام الرسمي انه يمتاز بالشفافية والموضوعية وإثارة قضايا جادة وينطبق هذا على الإعلام المهاجر وبعض الفضائيات.

وهناك مصطلح يطلق على الإعلام الخاص أو الأهلي أو الشعبي وهو الإعلام الذي تنهض به مؤسسات المجتمع المدني وقطاعات متواضعة منه المعارضة وهو إعلام ضعيف مادياً وتقنياً وانعكس ذلك الضعف على الحريات العامة.

ثالثاً: الإعلام الأجنبي الناطق باللغة العربية: هذا نمط قديم من أنماط الإعلام وكان هو المصدر الرئيسي لم كان يعتقد انه يبحث عنه الأخبار الصادقة وخاصة "هيئة الإذاعة البريطانية وصوت أمريكا وإذاعة إسرائيل لكن هذا الإعلام فقد وجوده مع بروز الإعلام الفضائي وشبكات المعلومات وانتشار اللغة الأجنبية ويتمتع هذا الإعلام بهامش كبير من الحرية والتقدم التقني، ومؤخراً برزت على ساحة الإعلام الفضائي محطات فضائية ناطقة باللغة العربية لكنها ممولة تمويلاً أجنبياً وتعبر عن فلسفة الدولة الداعمة لها مثل القناة الروسية والفرنسية والتركية والفارسية، وقناة الحرة....

ان ما يميز الإعلام العربي انه إعلام منكمش ومأمور وخاضع للسلطة منذ بداياته الأولى لأنواع مختلفة من القيود الحكومية وتشريعاتها وإجراءاتها فقد عاش وترعرع تحت هاجس الخوف في إطار القوانين والتشريعات الاستثنائية حتى لو كانت تشريعات وقوانين صادرة عن الحكومات البرلمانية فان هذه التشريعات تكون محشوة بتشريعات صارمة قد يصل فيها الصحفي أو الكاتب إلى خلق القضبان.

وهنا نطرح السؤال التالي:

ما هو المطلوب من هذه الحكومات والبرلمانات العربية؟

ان الحكومات العربية ومدعوة الآن وليس غداً إلى إعادة الثقة والعمل على زراعتها بشتى الوسائل الممكنة المبنية على الصراحة والشفافية والبحث والدراسة لدراسة العوامل التي تساهم بالنهوض الإعلامي ودراسة كافة أسباب المعاناة التي تسببتها ظاهرة التخلف الإعلامي تلك الأسباب كانت واضحة للعيان والمتمثلة في انعدام التنسيق والتخطيط فكل نظام عربي له سياسة إعلامية خاصة به لكن الضحية دائماً هي الشعوب بسبب ابتعاد الإعلام عن تفهم آمال وطموحات الإنسان العربي ذاته، ولذلك فعلى الإعلام اذا أراد ان ينخرط في معركة الأمة العربية ان يكون رديفاً للإنسان العربي في معركته المصيرية حيال كل أشكال الغطرسة والهيمنة ويجب ان يكون الإعلام رديفاً في معركة الكفاح والتحرير والنضال وفي تجذير الديمقراطية.

ومن ناحية أخرى فقد شكل الإعلام ظاهرة ملفتة للانتباه، ومع ذلك لابد وان نفرق ما بين القدرة الإعلامية على مستوى الفضائيات وبين الخطاب الإعلامي الذي وضع له مكاناً تحت الشمس مستنداً إلى أرضية راسخة، أي فهم دوره المطلوب منه، اذ كان هناك إدراك وتحسس لطبيعة المخاطر التي تحيط بالأمة العربية فالحالة التي يعيشها الإعلام العربي حزينة ومأساوية بسبب استبعاده عن معالجة قضايا الأمة المصرية التي تخرق الأمة، وهذا الإعلام نجده مراوغاً ومخاتلاً ومفزعاً من التزاماته، وهنا نجد ان مبدأ الالتزامية غير متوفر في هذا الإعلام، وبالمناسبة فان هذه الخاصية هي مزدوجة بالنسبة للإعلام فتارة تستخدمها النظم الشمولية وتزعم بان إعلامها يلتزم بتسويق الرأي الذي تريده السلطة وأحياناً تطالب به المعارضة السياسية بان الإعلام يمكن ان يكون ملتزماً بقضايا الأمة والشعوب، وخاصة وان ملفات الأمة العربية استثنائية مزمنة تحتاج إلى خطاب إعلامي ثوري هجومي يضع على رأس أولوياته الشعب العربي وطموحاته وآماله.[1]

1- الحروب الإعلامية، د. عمر شمشوم، ص 32- 35، ولمزيد من الاطلاع انظر كتابنا الإعلام المقاوم، من ص 58- 62.

إشكالية الإعلام العربي وأزمته الراهنة:

خلال استعراضنا للإعلام العربي من حيث المفهوم تبين لنا وجود إشكالية في التعريف وإشكالية في الهوية وإشكالية في تحديد الهدف، وهنا قد نطرح السؤال التالي:

ما طبيعة الإشكالية التي يتسم بها الإعلام العربي من حيث علاقته بالجماهير العربية؟

فخلال استعراضنا لنشأة وتطور الإعلام العربي بشكل عام توصل الباحث إلى ان وسائل الإعلام العربية قد تطورت من حيث الكم والتقنية والتنظير الإعلامي والدعائي أي ان الإعلام العربي قد حقق إنجازات كمية في إعداد الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية والفضائيات فحدّث ولا حرج ومع ذلك فان إشكالية الإعلام العربي تكمن في انه يعيش في أزمة حقيقة تبدأ من عدم ثقة الجماهير العربية بمصداقية وسائل الإعلام وقدرتها على أحداث التغيير والتأثير، ولذلك سعى الشارع العربي للبحث عن مصادر ووسائل الإعلام الأجنبية وهذا بحد ذاته يشكل خطورة على الأمن الإعلامي حيث ان منظومة القيم الثقافية والحضارية تتعرض لعملية تشويه فالجماهير العربية عندما تفقد الثقة بالمحلي العربي تتجه إلى الإعلام الأجنبي لكنها لا تعرف محتوى الماد والمنتج الإعلامي الغربي وهي تعتقد انه يتحدث عن ضالتها وآمالها وكل ذلك يخلق ويسبب العلاقة المتوترة ما بين الرأي العام العربي ووسائل الإعلام العربية والقائمين عليها.

أسباب أزمة الثقة ما بين الإعلام العربي والجماهير العربية:

من ينظر إلى جذور الأزمة يجد ان نشاط البشر في الوطن العربي يتمحور حول إيجابيات الأمة بماضيها وحاضرها ومستقبلها، وممكن أزمة الإعلام العربي تكمن في عدم قدرته على المساهمة في أحداث التغيير بالوعي الديمقراطي، كون هذا الإعلام تم إخضاعه للسلطة الحاكمة في كل قطر عربي وتناسى أو نسي همه

القومي المشترك وان دل فانما يدل على تدهور العلاقات العربية – العربية وانحدارها حيث أصبح الإعلام العربي ليس إعلاماً عربياً وحدوياً بل هو إعلام قطري ينطق بلسان النظام العربي وهذا ببساطة يعنى ان الناس تم إلغاء وجودها من اهتماماته، إلا في الحدود الضيقة وتم تسليط الضوء على بركات الحاكم العربي وزبانيته وحكومته حيث تم تجاهل احتياجات الناس ومطالبها، وهذا مما خلق أزمة الثقة ما بين الحاكم والجماهير وهذا خلق فجوة وهوّة سحيقة ما بين الطرفين وأصبحنا لا نسمع إلى محطات وفضائيات لتوعية الشعوب وتبني مشاكلها وأزماتها بل للهيكل والتطبيل للحاكم، والشعب آخر من يعلم ويعرف ويفهم.

والسؤال الذي يطرح مرة أخرى ما هي أسباب عجز الإعلام العربي وكيفية الخروج من هذا المأزق؟

الإعلام العربي عجز عن الدخول في سوق الإعلام الدولي حيث ظهر بانه عاجز عن مجاراة فنون الإعلام الدولي وخاصة الإعلام الصهيوني والغربي فقد مارس عملية عربدة في الفضاء العربي من خلال تزييف الحقائق وتشويه الشخصية العربية ضمن خطة دعائية محكمة مخترقاً عقل الرأي العام العربي لإحباطه وإخراجه مهزوماً مذعوراً من ساحة الصراع، فقد مارس الإعلام العربي ومازال يمارس دوراً سلبياً حيث انكب الإعلام العربي وغرق في خطاب إعلامي مجرد يفتقر إلى فهم الواقع الاجتماعي والحضاري وظهر عاجزاً عن مواجهة الضغط الإعلامي الصهيوني والغربي وذلك للأسباب التالية:[1]

أولاً: مشكلة الأصالة: ونعني بها مشكلة تحديد الهوية أو تعريف الذات، بما ان كل تعريف هو نفي في حد ذاته بمعنى انه في مواجهة الان يوجد الآخر أو انه بالنظر إلى الآخر يجب ان نعرف أنفسنا فانه كان يتعين ان نحدد موقفنا من الآخر الذي هو الصهيونية والغرب.

1- الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، د. إبراهيم أمام، دار الفكر العربي، ص 31.

ثانياً: مشكلة الاستمرارية : ونعنى بها علاقاتنا بماضينا أي معرفة المعاني وللدلالات التي نعطيها لتاريخنا الطويل المزدحم بالنجاحات والإخفاقات على السواء، ان هذه المشكلة كان لابد لها ان تأتي مباشرة بعد مشكلة الأصالة وذلك لان الماضي عادة يعطي للذات حضوراً ويمنحها الثقة بالمستقبل.

ثالثاً: مشكلة المنهج الفكري العام: ان تحديد المنهج سيتيح لنا ان نكتب المعرفة وان نمارس الفعل وتتضمن هذه المشكلة الإجابة عن السؤال الجوهري الذي يتعلق بصلة العقل العربي بالعقل العالمي اذا صح التعبير قضية التفرد والعمومية بمعناها الواسع.

رابعاً:مشكلة أدوات التعبير: أي البحث عن أنسب أدوات التعبير التي تتيح ان نعبر عن مرحلة التطورات الراهنة وان نحصل على صورة موضوعية لحقيقة إمكانياتنا وقدراتنا، وحتى تكتسب الصورة كل ملامحها الموضوعية لا ينبغي ان تشكل عن طريق إكساب الإنسان العربي وعياً زائفاً بقدراته الخارقة التي لا تحدها حدود ولا عن طريق الإيحاء إليه صراحة أو ضمناً بانه كائن متخلف عاجز بحكم المكونات الأساسية لبنائه النفسي.

أسباب ضعف وعجز الإعلام العربي:

شخَّص خبراء الإعلام العربي أسباب ضعف وعجز الإعلام العربي من خلال ما يلي:[1]

1) ان قواعد الإعلام العربي ما زالت غامضة إلا في سلبياتها أمام القارئ والمشاهد بينما هذه القواعد معروفة الوسائط والأهداف لدى الناشر.
2) ان المعلومات التي يحصل عليها رجل الإعلام محدودة جداً وتمر بقنوات ضيقة مجروحة ونازفة قبل ان تنشر وترى النور.

1- الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. محمد الصقر، ص 136- 138.

3) حرية نشر المعلومات ملتبسة في مكان ومعدومة في مكان ثانٍ ومشوهة مقلوبة في ثالث .

4) الإعلام العربي يفتقد إلى جراءة المعلومات و حداثتها حيث أن الإعلام العربي يكرر الخبر مرات في عدة نشرات فيكون نصيب الفرد من التكرار من 5- 10 مرات أخبار يومياً وكل ذلك لان مصادره مستقاة من وسائل الإعلام الغربية ولان هذا الإعلام لا يملك خطاباً ديمقراطياً ويحزم حرية الإعلام في معظم الدول العربية مما يضطر الجمهور للبحث عن وسائل ومحطات إعلامية أجنبية حتى لو كانت موجهة وتستهدف أمنه الوطني.

5) ان مساءلة تطوير الإعلام العربي لم تدخل المضمون الا فيما ندر لعدة أسباب وفي مقدمتها الإعلام المذكور لم يرتبط بعد بواقع وعوامل المشروع النهضوي والديمقراطي مما يضيق مساحة قاعدة لاتساع الشعبي نحو هذا الإعلام الذي يراه لا يعكس مصالح الغالبية العظمى وحاجاتها الثقافية والمعرفية والعلمية ، كما ان العلاقة ما بين الإعلام والجماهير مازالت علاقة مهزوزة بسبب الخطاب التبريري والذرائعي لهذا الإعلام.

6) ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي والتي تصل إلى أكثر من 55٪ وهي نسبة تضعف الوعي القومي والسياسي وتخلق مجتمعاً سطحياً.

7) الإعلام العربي مازال خاضعاً للسياسة الرسمية العربية وهو مازال يتجاهل اهتمامات الرأي العام.

8) ان وسائل الاتصال الجماهيرية العربية تتسم بالفقر المنهجي والنظري مما يجعلها قاصر ومحدودة وغير قادرة على الارتقاء بالذوق الذي يطمح إليه المتلقي العربي الذي يصبح أسيراً ورغماً عنه لوسائل الإعلام الأجنبية التي تعطي جزءاً من الحقيقة وتشوه بقيتها لأغراض كثيرة.

9) والأهم من ذلك ان البحث الإعلامي العربي لم يحظ بالدعم المادي الكافي لإنجاز البحوث المتميزة التي تدرس السيكولوجية العربية وتتفهم أسباب احباطاتها وتضع الحلول للنهوض بها.

علاج ضعف الإعلام العربي:

ان الإعلام العربي يحتاج إلى نظام إعلامي جديد وخطاب جديد بدأت ملامحه تتشكل خلال الحروب الأخيرة التي جرت على أرض فلسطين ولبنان وبالرغم من مؤشرات التفاؤل أصبحت مقبولة بعد بروز الفضائيات العربية المبدعة والجادة ذات الانتشار المذهل للمواقع الالكترونية وبعض الصحف الجادة ومع ذلك فقدران على جسم الإعلام العربي مجموعة من الإشكاليات والتحفظات والغموض الذي لف الإعلام وادخله في دائرة الضبابية والغموض واستقر في المنطقة الرمادية وأهمها:[1]

1) التشبث بداء المؤامرة.
2) تضليل الرأي العام.
3) تضخيم الانتصارات الصغيرة.
4) خلط الخبر بالرأي.
5) الخوض في تفاصيل الحروب دون تقديم فهم عميق وشامل لما يحدث.
6) الركون إلى ثقافة التمني فضلاً عن السعي إلى أرضاء المشاهد العربي بالعزف على ما يرغب بسماعة ورؤيته.
7) تهميش أصحاب الفكر والرأي.
8) إخضاع الرسالة الإعلامية لعقلية الإستراتيجيين العسكريين وخاصة التحليلات غير الواقعية والتي لا تبنى على أرضية الواقع.

1- الإعلام المقاوم، بسام المشاقبة، ص 66- 67.

9) المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام عن المعلومة والخبر حيث طالب بعض النقاد بإعادة النظر فيها خاصة اذا جنحت عن طريق المصداقية والصحة والدقة في نقل الخبر للأحداث.



فلسفة وإستراتيجية الإعلام العربي

ان المتابع الحصين لطبيعة الفلسفة الإعلامية يجد ان الإعلام العربي لم يخرج عن أطار فلسفة السلطة العربية والتي انطلقت من فلسفة السلطة الشمولية الاستبدادية التي لا تؤمن إلا بالتفكير الأحادي، والإعلام العربي هو المحطة التي تستخدمه السلطة لإسباغ الشرعية للسلطة العربية كما تزعم أبواق هذه السلطة، ومن هنا فالإعلام العربي ينتمي إلى فلسفة السلطة والمذهبية السلطوية.[1]

وفي العموم فالإعلام العربي يعاني أزمة حادة فهو من جهة يتصف بعدم المصداقية وعدم المبادرة من جهة أخرى لا يقوم على أساس خطة إعلامية واضحة ومتكاملة.[2]

ومن هنا فان أهم ما يميز فلسفة الإعلام العربي أنها تؤيد التجهيل السياسي وحجب المعلومات ويرجع ذلك إلى طبيعة النظام السياسي العربي الحاكم فهو نظام أطر ثقافة القمع والاستبداد فالإعلام تم إخضاعه للهيمنة والتبعية للأجهزة الأمنية العربية.

ومن هنا فان العديد من النظم العربية لم تفهم حتى الآن أهمية الإعلام ووسائله وخصائصه وأهدافه فمعظم العاملين في القطاع الإعلامي وخاصة الإذاعي والتلفزيوني بغض النظر عن اقتناعهم الشخصي فهم مستخدمون في هذه الأجهزة المملوكة أساساً من قبل السلطة سواء أكانت هذه السلطة سياسية مباشرة أو غير مباشرة، هذا الواقع للعاملين في الحقل الإعلامي وفي أبسط مفاهيم الديمقراطية يجعل الشخص مستمراً في عمله الإعلامي مرهوناً بموقفه من هذه السلطة وبمدى قدرته على الدفاع عنها وبمدى قدرته على مهاجمة خصومها سياسياً وفكرياً، ومثل هذا الدور المنوط بالإعلام العربي وما وصل إليه من انحطاط السلطان وبرش البخور على كل خطوة يقدم عليها أو على نقيضها حول الإعلام العربي إلى بوق أو دف

1- انظر الإعلام ومذاهبه وتاريخه، د. عبد اللطيف حمزة، ص 23.

2- الإعلام والإعلام العربي المؤسسة الحديثة للإعلام، د. رفيق سكري، 2011، ص 124.

كما هو رجل الإعلام إلى فقيه أو مفتي للسلطان العربي القادر على تحريم المواقف أو تحليلها لمصلحة السلطان أو ذاك.[1]

وفي هذا الصدد يتحفنا الشاعر نزار قباني:

الحـــاكم يـــدق علـــى الطبلـــة

وجميع وزراء الإعلام يجيدون إيقاع الطبلة

وجميع وكالات الأنباء تضخم إيقاع الطبلة

والصحف الكبرى والصغرى تعمل كراقصة في ملهى تملكه الدولة.

ولذلك فان الإعلام العربي برمته يعتمد على سياسة الحجب للمعلومات أو الكشف المناسب عنها، وهذا عكس طبيعة النظام السياسي العربي الذي وصفناه بانه نظام استبدادي شمولي يقع تحت مظلته معظم النظم العربية أو قل كلها حيث تسيطر هذه الأنظمة على الإعلام سيطرة مركزية ويكون دور الإعلام ترويجياً وتعبوياً ودعائياً يعبر عن سياسيي الحكم، والحاكم لتحقيق مصالح هذا النظام أو ذلك من خلال الترويج لعقيدته السياسية ومتجاوزاً المصالح العامة للمجتمع، ويستخدم هذا الإعلام التضليل والأكاذيب محاولاً تزييف الحقائق من خلال ما يقوم به هذا الإعلام لمصلحة الشعب من منطلق ان مصلحة الحاكم العربي هي مصلحة الأمة، وعلى ضوء ذلك فان فلسفة الإعلام العربي تمتاز بما يلي:[2]

1) ان سياسية الاتصال والإعلام لا تستند على خطط وإستراتيجيات طويلة المدى.
2) تفتقر الفلسفة الإعلامية إلى الأسس العلمية والإعلامية من المعلومات والوثائق والأبحاث والميزانيات وهي وسائل دعائية للنظام وليست وسائل إعلام للمجتمع حيث تبتعد عن الموضوعية والعلمية وتنحو إلى الارتجال.

1- مرجع سابق، ص 125- 126.

2- الإعلام المقاوم بين النظرية والطموح، بسام المشاقبة، ص 69- 70.

3) الإعلام العربي هو إعلام رأسي من أعلى إلى أسفل وذلك يرجع إلى مركزية وتوجيه دعائي والذي يخدم رأس النظام.

4) تساهم فلسفة الإعلام العربي بترسيخ أركان السلطة العربية المستبدة وتحوله إلى كلب حراسة لهذا النظام أو ذلك فالسلطة الأمنية والعسكرية تمارس قمع الشارع بقوة الهراوات والبلطجية واستعراض العضلات وكما يقول المفكر محمد حسنين هيكل "القمع بالكاراتيه" والإعلام يمارس القمع بفرض الرأس المنحاز إلى الحاكم العربي والنظام العربي من خلال خطاب دعائي يستند إلى التضليل والكذب أو بعبارة يطلق عليها الباحث القمع الثقافي والإعلامي، وكما يقول د. فاروق أبو زيد فإن فلسفة الإعلام العربي ساهمت في خلق وترسيخ قيم سلبية مرتهنة لهذا الإعلام وقد نتج عن هذه الفلسفة ما يلي:[1]

1) جثمت السلطة العربية على صدر الجماهير العربية بفعل هذا الإعلام، وحالت دون ولادة إعلام مقاوم للسلطة وقد نجم عن هذا الخطاب السياسي والإعلامي بفضل هذه الفلسفة ان ترسخت القيم الأحادية أو الواحدية السياسية والإعلامية والفكرية حيث استندت هذه القيم الأحادية على المتمركز حول الذات وعدم الاعتراف بالرأي الآخر أي تأكيد تقييم الحاكم وتحول هذا الحاكم إلى مقدس وآله يعبد.

2) انتشار قيم الخوف وبالتالي تقديس الحاكم والسلطة معاً.

3) القبول التام بالاستبداد والنظم الاستبدادية وان الإنسان العربي لا يمكن ان يحكم إلا بالعصا والكرباج والقهر، وظهر في أدبيات العقل العربي تأبيد الحاكم المستبد أي الإذعان لعقل السلطة وفلسفة السلطة وإعلام السلطة واقتصاد السلطة حتى لو مارست السلطة كل أشكال الإرهاب الفكري والقتل والعنف والقهر.

1- الحرب الإعلامية، د. عمر شمشوم، ص 31- 32.

ويصور هذا المشهد المأساوي الدرامي شاعرنا الكبير نزار قباني.

السلطة تجيد الضرب

وتجيد الكسر

وتجيد الجّر......

وتجيد استعراض الفضلات

كما ويؤكد هذه الحقيقة الإعلامي رفيق نصر الله فيقول:

ان الإعلام العربي يعيش مأزقاً خطيراً هو امتداد للمأزق السياسي العربي وأيضاً امتداد لمأزق النخب العربية والمثقف العربي وبالتالي ينظم إلى هذه الخريطة الإعلامي العربي المأزوم فعندما نتحدث عن وجود 200 ألف إعلامي عربي في المرئي والمسموع والمكتوب من المفترض ان نتحدث عن شريحة المثقفين العرب وعندما يكون هؤلاء في مأزق فهذا انعكاس حقيقي لما تعانيه شريحة المثقفين.[1]

ان هذا الثالوث الذي شكل الإعلام العربي تكون من النظام السياسي العربي والإعلام العربي يشكل أهم الأزمات التي يعاني منها الإعلام العربي فالإعلاميون في معظمهم هم جوار وخدم للحاكم العربي أي ان إعلامنا العربي هو أعلام حملة المباخر وإعلام الغرف المقفلة والضيقة والمظلمة فهو أقرب إلى إعلام المباحث ونتساءل كما تساءل عدد من المفكرين الإعلاميين العرب بالقول:[2]

- أي مجتمع نحن وأي إعلام؟
- هل نحن مجتمع عربي لا تزال فيه الحرية غائبة ولا يزال فيه القمع سيداً، فهو مجتمع غير ممارس للديمقراطية وغير مثقف ديمقراطياً.
- ان المجتمع العربي ما زال مجتمعاً رعوياً ويمارس طقوساً قبلية ويعاني انقساماً واضحاً ويزداد تشظياً دينياً ومذهبياً، وتابع مستهلك يفقد الكثير من موروثه فهو مجتمع مصاب مريض بهزائم متكررة بواجهة انكسارات

1- الأمن الإعلامي العربي، رفيق نصر الله، ص 45.

2- مرجع سابق، ص 127- 128.

تاريخية مجتمع يعاني 70 مليون من الأمية ومجتمع لا يقرأ أكثر من 0.1٪ و 3٪ هم الذين يستخدمون الانترنت ومجتمع يزداد فقراً.

كل هذه المؤشرات تؤكد لنا أننا لا نمتلك إعلاماً بل أجهزة دعاية وتطبيل للسلع التي تعزز وجود النظام الحاكم أو انه إعلام الأزياء السياسية والموضات الإيديولوجية لهذا النظام أو ذاك، ولذلك فان هكذا إعلام موجود يعني ان هزائمنا جاءت بفعل يديه أليس هذا المستوى الهابط لدى الفرد العربي مرتبطاً بمضمون المنتج الإعلامي الرديء وكل ذلك بسبب سيادة قيم الاستبداد على قيم الحرية والديمقراطية وغياب منابر العدل والحق والتحرر وسيادة قيم ومنابر الإقصاء والاخصاء والإرهاب والمداهمات الأمنية والعسكرية.

كل هذا التصور خلق لنا إعلاماً عربياً يمتاز بما يلي:[1]

1) انه إعلام تائه بين مطرقة السلطان العربي وجاذبية الحرية.
2) انه إعلام تغلب عليه الانفعالية.
3) إنه إعلام فاقد للرؤية المستقبلية.
4) إنه إعلام يهرب من التحرير والتغيير ويهرب من مواجهة مشاكل الجماهير.
5) انه إعلام غير محصن يشبه امتلاك بعض الجيوش العربية لأسلحة متطورة غير انها لا تستخدم في معركة مفترضة.
6) انه في بعض الأحيان إعلام رجال الأعمال المهوسين بالسلطة.
7) انه إعلام التقنية والمضمون السيئ.
8) انه إعلام القمع والاستبداد لا إعلام الحرية والديمقراطية والرأي والرأي الآخر.

الإستراتيجية الإعلام العربية إلى أين؟

خلال تناولنا واقع الإعلام العربي أشرنا إلى غياب الإستراتيجية الإعلامية العربية طيلة مراحل كفاح الأمة العربية ضد الامبريالية والصهيونية.

1- مرجع سابق، ص 131- 132.

أسباب غياب الإستراتيجية الإعلامية العربية.

في دراسة قام بها سعد لبيب عن الأسباب التي تقف وراء غياب إستراتيجية إعلامية مترابطة ومتناسقة مع الخطط الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى في الدول العربية وعلى النحو التالي:[1]

1) ان التخطيط على المدى الطويل ما زال حكراً على المخططين الاقتصاديين وحدهم أي التركيز على المجال الاقتصادي بل ان مفهوم هذه العبارة ليس واضحاً بشكل كافٍ من جانب المسؤولين عن وضع السياسات التي يواجهون بها المشاكل اليومية أو تتصل بالمستقبل القريب، ولعل هذا من أسباب تخلف خطط التنمية عن مواكبة خطط التنمية الاقتصادية وفشلها في توفير متطلباتها.
2) ان لجان التخطيط الثقافي والإعلامي اذا وجدت تشغل نفسها معظم الأحيان بالأحداث السياسية اليومية بحيث يكون يستحيل عليها ان تعطي اهتماماً عميقاً للتخطيط الإستراتيجي المتكامل المدى لوسائل الاتصال.
3) عدم فهم الدور الذي يمكن ان تؤديه وسائل الاتصال الجماهيري بالنسبة لخطط التنمية الاقتصادية وذلك من جانب المخططين الاقتصاديين والمؤسسات الاقتصادية وعدم وجود التمثيل المناسب لأجهزة الاتصال الجماهيرية في عملية التخطيط الاقتصادي والاجتماعي.
4) الافتقار إلى روح التعاون بين الأجهزة الحكومية التي يتصل عملها بالتنمية الاجتماعية والثقافية والإعلامية.
5) افتقاد الإعلام العربي إلى أبسط الشروط الإعلامية فهو لغاية الآن لم يستطيع الوصول إلى كل المواطنين في القرى والمدن للتأثير فيهم.
6) السلطة العربية قصرت دور الإعلام على الدعاية والترويج للنظام الحاكم فقط.

1- مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، شباط 1980، عدد 12، ص 72- 73، أو انظر الإعلام والإعلام العربي، رفيق سكري، ص 124- 125.

ولـذلك فـان النجـاح في المعركــة الإعلاميــة لمجابهــة التحــديات الراهنــة والمستقبلية يتطلب منا وضع إستراتيجية إعلامية عربية متطورة قادرة على استلهام المعطيات القائمة والاستفادة من التجارب الماضية وأشكال الفشل والإحباط التي اعترضت وما زالت تعترض مسيرة الإعلام العربي بحيث توظف كل عناصر القوة التي تمتلكها لوضع الأسس والمرتكزات المطلوبة لهذه الإستراتيجي لكي تتناسب وهذه المرحلة التي تشهد متغيرات دولية كبرى فاقت في نتائجها الكثير من حسابات المنظرين والمحللين الإستراتيجيين.[1]

أهداف ومرتكزات الإستراتيجية الإعلامية العربية وعناصرها:

إستراتيجية إعلامية عربية شاملة تقتضي وضع عدد من الأهداف، وأبرزها ما يلي:[2]

1) اطلاع الرأي العام العربي بالأخطار المحدقة به وخاصة الامبريالية والصهيونية والدفع باتجاه الوحدة العربية ومقاومة التجزئة والمشاريع الإقليمية الضيقة.
2) احتواء التوتر الاجتماعي وتنمية روح المشاركة لدى الإنسان العربي.
3) مناقشة القضايا المصيرية للإنسان العربي بما تتطلبه من اليقظة والمعاناة والتضحية.
4) النجاح في معركة التنمية ومحاربة التخلف.
5) تحسين صورة العرب لدى العرب أنفسهم وفي الخارج.
6) تعزيز الإعلام المتخصص بفئات المجتمع العربي وشرائحه الأخرى كالمرأة والطفل والطلاب والعمال.

أسس ومرتكزات الإستراتيجية الإعلامية العربية:

يجب ان تنطلق أي إستراتيجية إعلامية عربية من الإيمان المطلق بقدسية العمل العربي القومي المشترك على اعتبار ان الإعلام أبرز عناصر العمل القومي

1- الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً، أبو عرجة، ص 217.

2- مرجع سابق، ص 217.

أهمية وحساسية والسعي لان تكون المصالح العربية هي أبرز أولويات العمل العربي، وتجاوز الخلافات والأزمات والتناحر التي تسعى لتفجير الواقع العربي، وأبرز مرتكزات الإستراتيجية الإعلامية العربية ما يلي:[1]

1) التركيز على التطورات المذهلة التي يشهدها قطاع الاتصال والإعلام وتأثير ذلك على محتوى المنتج الإعلامي خاصة المنتج الوافد خاصة مع بروز العولمة والبث المباشر والتكنولوجيا الإعلامية والمعلوماتية المتطورة.

2) مراعاة التعاون الإعلامي وايلاءه الأهمية القصوى وذلك لصلته الوثيقة في بناء الشخصية العربية وتكوينها والتأثير عليها بواسطة الإعلام الذي يعتبر من أكثر عناصر التأثير على الرأي العام، من منطلق ان ثورة المعلومات والتكنولوجيا بإمكانها المساهمة في تحديث الحياة العربية والمجتمع العربي باتجاه النمو والتنمية في مواجهة التبعية والتخلف.

3) من الضروري ان يكون الإعلام العربي قادراً على التعامل مع هموم الإنسان العربي ومشكلاته الطارئة بالإضافة إلى الوضعية الاجتماعية والنفسية التي تعيشها قطاعات الشباب العربي بما تواجه من مشكلات حادة ينتج عنها أشكال من التطرف والعنف تهدد سلامة المجتمعات العربية واستقراها.

4) ان الإعلام العربي مطالب بتكريس الحرية السياسية التي تتصل بشكل وثيق بحرية الصحافة وحرية التعبير نظراً لارتباط هذه الحرية بتسريح جهود البناء والتنمية وتقدم المجتمع المدني ومحاربة الظلم الاجتماعي وتكريس الديمقراطية والتعددية السياسية.

5) على الإعلام العربي ان يولي عناية كبيرة أهمية قياس الرأي العام واستطلاعاته بشكل أكثر دقة وموضوعية وحيادية في الوطن العربي ضماناً لمعرفة أبعاد التواصل بين الهيئات الحكومة.

1- مرجع سابق، ص 222- 224.

6) على الإعلام العربي أعطاء قضية المعلومات والمعلوماتية والانسيابية المطلوبة للمعلومات الأهمية اللائقة بها لكي تتناسب وتحديات الوقت الحاضر بتقنياته المعقدة التي تعطي كافة المجالات والاهتمامات، وكذلك مساءلة البحث العلمي واستخداماته في ترقية الأداء المتخصص في مختلف المجالات بما يتناسب وطموحات المجتمع العربي المتطلع لمواكبة العصر وإنجازاته وأطروحاته المتقدمة.

7) أهمية مواصل السعي لإنجاز ميثاق الشرق العربي الذي يمكن الاسترشاد به لوضع حد لحالة التمزق والضياع التي يعيشها النظام وخاصة الاحداث المؤلمة التي جرت من عام 1991 وتداعياتها الخطيرة في المنطقة.

8) وضع الأطر المناسبة وآليات التنفيذ الضرورية لمجابهة التحديات الحقيقية التي تفرضها المتغيرات الإقليمية والدولية وأهمية محاولة إيجاد السبل الكفيلة بمواجهة الأزمات العربية خاصة المرتبطة بالخلافات الحدودية.

عناصر الإستراتيجية الإعلامية ووسائلها:

رسم المفكر الاستراتيجي، د. السيد ياسين عناصر الإستراتيجية الإعلامية العربية للقرن الحالي على النحو التالي:[1]

1) ضرورة رسم خرائط معرفية للاتجاهات الإيديولوجية في الوطن العربي أي انه بدون رسم هذه الخرائط الدقيقة عن كل ألوان الطيف من الاتجاهات الإيديولوجية الفاعلة عربياً، وهذه الخرائط لابد لا من ان تقيم الوزن النسبي لكل تيار واتجاهه وسوف تساعدنا هذه الخرائط على معرفة الواقع العربي الذي تدير وتحدد ملامح التغيير واتجاهاته من ناحية أخرى، وان من شأن هذه الخرائط ان تقضي على التقييمات الجارفة عن العرب والمسلمين والتي تصوغها الدوائر الغربية السياسية والثقافية والإعلامية فعلى سبيل المثال هل ان ايديولوجيا الجماعات الإسلامية المتشددة والمتطرفة هي السائدة في الوطن العربي؟

1- الإعلام المقاوم، بسام المشاقبة، ص 74- 75.

أليس هناك مجال للتيارات الإسلامية الإصلاحية التي تنادي بالليبرالية السياسية وتنادي بالديمقراطية وبحرية التفكير والرأي والتنظيم وحرية الصحافة والنشر؟

أليس هناك في الوطن العربي تيارات كبيرة تدعو إلى تحسين واقع المرأة العربية وإلغاء كافة أشكال التمييز العنصري.

2) تبني موقف عقلاني من ثلاثية الماضي والحاضر والمستقبل، ولوعدنا إلى العقود الخمسة الماضية ودققنا في بينونة الخطاب العربي بمجمله لوجدناه انه انشغل بهذه الثلاثية مع اختلاف عميق بين أصحاب هذا الخطاب حسب الايدولوجيا التي يعبرون عنها، ولذلك فان الإعلام العربي قادر ان يلعب دوراً في الدعوة لدراسة التراث بأنماطه المتنوعة والتأكيد على ممارسة التأويل بمناهجه المتعددة حتى يتواءم مع النص الديني ومع متطلبات العصر حتى لو كان هذا النص مقدساً، ولتحقيق هذه الغاية لابد من السير خلف المنهج العلمي النقدي لدراسة الواقع العربي، وهذا المنهج لابد وان يكون تكاملياً لا يفصل بين السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة أي لابد وان يكون منهجاً نقدياً يركز على السلبيات ويسمى الظواهر بأسمائها، كما ان لابد من ترشيد الخطاب الثقافي المناوئ للعولمة، وهذا الترشيد هدفه عدم تبني المواقف المتطرفة من العولمة وهو القبول المطلق بغير تحفظات أو الرفض الشامل بغير تحليل أي اننا بحاجة إلى نظرة موضوعية حيال العولمة وخاصة التي تعظم المكاسب وتقلل الخسائر.

3) حصر المشكلات المستعصية ما بيننا وبين الغرب أي تحدي أبرز الأزمات والملفات الشائكة والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

أ- العلاقة ما بين الغرب والإسلام.

ب- التطرف الفكري في العالم الإسلامي.

ج- المشكلات الناجمة عن الإرهاب.

د- الهجرات العربية لأوروبا وخاصة قضية اندماج المهاجرين في المجتمعات الأوروبية.

هـ - التفرقة ما بين المقاومة المشروعة للاحتلال الصهيوني في فلسطين ولبنان والأمريكي في العراق.

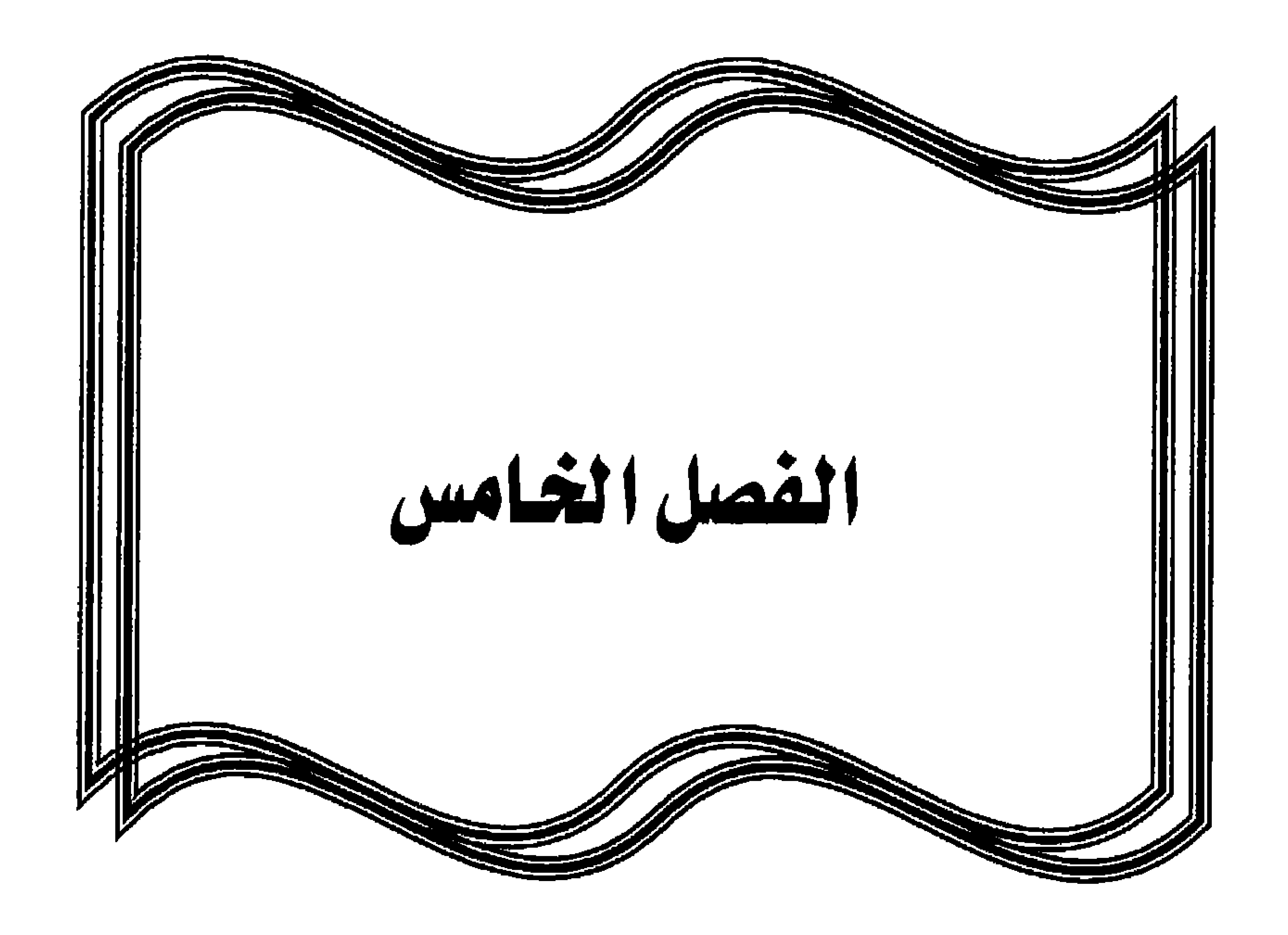
و- العنصرية الجديدة التي اجتاحت أوروبا ضد العرب والمسلمين.

وسائل الإستراتيجية الإعلامية العربية:

انبثقت وسائل تنفيذ الإستراتيجية العربية الإعلامية من الوسائل التالية:[1]

1) النهوض بالعمل الإعلامي العربي وتغليب الشعور القومي لدى العاملين فيه.
2) استخدام القمر الصناعي العربي في جميع المجالات التي تتفق وطموحات الإنسان العربي.
3) تكثيف الحديث عن المستقبل العربي وتبعاته الاقتصادية والاجتماعية.
4) الاهتمام بمناقشة السياسات التعليمية في الوطن العربي.
5) الاهتمام بمجالات الإعلام التنموي والزراعي والبيئي.
6) الفعالية المطلوبة للإعلام العربي على الساحة الدولية وأهمية الاستعانة بالمتخصصين في مجال الاتصال والإعلام.
7) الاستعانة بالتكنولوجيا المتطورة المطبقة في مجالات الاتصال بفروعه المختلفة.

1- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 218.



الإعلام العربي المشترك

"إعلام جامعة الدول العربية"

مقدمة: خلال الصفحات السابقة أشرنا إلى أبرز الإشكاليات التي برزت حينما تطرقنا إلى تعريف الإعلام العربي، وأشرنا إليها وبرز من خلال الإعلام المشترك أو ما يسمى إعلام جامعة الدول العربية، وخلال هذا الفصل سوف نتحدث عن مفهوم هذا الإعلام ونشأته وتطوره ووظائفه والتحديات التي تواجه وتقييم هذه التجربة الإعلامية العربية وأهمية العمل الإعلامي العربي المشترك ومستقبل الجامعة العربية، إضافة المنظمات والاتحادات العربية المعنية الاتصال والإعلام.

وقبل ان نعرج على مفهوم الإعلام العربي المشترك لابد وان نتطرق إلى جامعة الدول العربية كونها المنظمة التي تمثل النظم العربية فقط ولا تمثل الشعوب العربية، ونأمل أن يأتي يوم من الأيام بان تكون هذه الجامعة تمثل الشعوب والنظم العربية كما هو الحال في المنظمة الصهيونية العالمية التي تمثل كل يهود العالم من جهة وتمثل مصالح الحركة الصهيونية.

نشأة الجامعة العربية:

تعتبر الجامعة العربية هي المنظمة الأم المسؤولة عن جهود الإعلام العربي أي انها المسؤولة عن توجيه السياسية الإعلامية وتنسيقها على الصعيد الخارجي.

فقد أنشئت الجامعة العربية في 22 من آذار عام 1945 أي قبل ولادة الكيان الصهيوني على أرض فلسطين عام 1948، عندما وقعت الدولة العربية الأعضاء المؤسسة ميثاقها وقررت إنشاء إطار مركزي إداري دائم في القاهرة يتعقب أهدافها، هذا وقد تشكلت الجامعة العربية في بداية تشكليها من الدول العربية التالية:

{الأردن، سوريا، العراق، السعودية، لبنان، مصر، لبنا، ثم توالت الدول العربية الانضمام إلى الجامعة العربية وهي الجزائر والمغرب والسودان وعُمان والبحرين وقطر والكويت والإمارات العربية المتحدة}.[1]

هذا وقد شكل ميثاق الجامعة العربية بعد إعداده ثمرة اقتراحات وملاحظات لجميع أعضاء الوفود المشاركة في الاجتماعات التحضيرية سواء اجتماعات اللجنة الفرعية السياسية أو اللجنة التحضيرية العامة، وتشير الديباجة إلى ان رؤساء حكومات سوريا والأردن والعراق والسعودية ولبنان ومصر واليمن قد توافقوا على هذا الميثاق باعتباره تثبيتاً للعلاقات الوثيقة والروابط العديدة بين الدول العربية وحرصاً على هذه الروابط وتوطيدها على أساس احترام واستقلال تلك الدول وسيادتها وتوجيهها لجهودها إلى ما فيه خير البلاد العربية وإصلاح أحوالها وتأمين مستقبلها وتحقيق أمانيها واستجابة للرأي العام العربي في جميع الأقطار العربية.

هذا فقد حددت المادة الثانية من الميثاق الأهداف العامة والتي انشقت من الآتي:[2]

1) توطيد العلاقات بين الدول الأعضاء.
2) تنسيق سياسات الدول العربية لتحقيق التعاون بينهما ولضمان استقلالها وسيادتها بصورة جماعية.
3) تعزيز جميع الشؤون والمصالح المتعلقة بالدول العربية.
4) تحديد المجالات التي يجب فيها السعي لتوثيق التعاون بين الدول الأعضاء أي المسائل المتعلقة بالاقتصاد والإعلام والقضاء والاتصالات والثقافة والصحة.

1- أزمة الإعلام العربي، د. عبد الرحمن الزامل، الدار المتحدة للنشر، 1974، ص 43- 44.
2- الإعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل، د. تيسير ابو عرجة، دار مجدلاوي، 1996، ص11.

ومن جهة أخرى يختلف ميثاق الجامعة عن بروتوكول الإسكندرية والأخير انبثق عن اجتماع دعت اليه مصر في شهر آذار عام 1944 لإقامة تعاون إقليمي بين الدول العربية وحضره ممثلو الدول العربية التالية: " لبنان، سوريا، الأردن ، العراق" بالإضافة عن مصر كما حضره مندوبون مراقبون عن الدول التالية: "اليمن والسعودية والمغرب وليبيا وفلسطين.

والبروتوكول لا يشير مطلقاً إلى تنسيق السياسات الخارجية للدول الأعضاء أو أي مجال يتوجب عليها فيه ارتياد تعاون تدريجي.

وعودة إلى ميثاق الجامعة فان ميثاقها على الصعيد الدولي اقتصر على دور الجامعة بموجب الميثاق على ما يلي:[1]

أولاً: الوساطة بين الدول العربية لحل جميع الخلافات التي تهدد بنشوب حرب بين دولتين عضويين أو بين دول عضو ودولة ثانية.

ثانياً: التعاون مع المنظمات الدولية لضمان الأمن والسلم والتنظيم العلاقات الاقتصادية والاجتماعية بالنيابة عن أعضاءها.

ومن جهة أخرى اعتبر باحثون ان الهدف الأول للجامعة من خلال ميثاقها هو تقوية النشاطات الغير سياسية ودخول المعترك السياسي بصورة عرضة.[2]

والباحث يشير إلى انه لا يمكن الإقرار بهذا الدور إلا بعد الاطلاع على تعريف الجامعة العربية من ناحية قانونية، فالمصادر تشير إلى ان جامعة الدول العربية تعتبر منظمة إقليمية ووصفها بمنظمة إقليمية يعني شيئين:

أولهما:ان الجامعة من حيث تركيبتها ليست منظمة عالمية مثل منظمة الأمم المتحدة.

ثانيهما: ان منظمة جامعة الدول العربية تجمع دولاً بينها رابطة معينة وتضامن مبني على هذه الرابطة أي العروبة وتأسيس جامعة الدول العربية هو في الواقع نتيجة

1- مرجع سابق، ص 44.

2- مرجع سابق، ص 45.

لحركة فكرية وسياسية برزت منذ بداية القرن الماضي حيث ظهر فكر قومي وحدودي واتجاهات تدعو إلى استقلال الدول العربية ووحدتها.[1]

ومن جهة أخرى فانه من خلال النظر إلى الهيكل التنظيمي للجامعة العربية تبين لنا ان لكل دولة عضو يتشكل اما من مندوب دائم أو وفد دائم يتمتع بصوت واحد ، وان الميثاق لدى تحديده للمهام الأولوية للمجلس كالعمل على تحقيق أهداف الجامعة والأشراف على تنفيذ الاتفاقيات وملاحقة العلاقات التعاونية بين المنظمات الدولية حيث يخول هذا المجل السلطة العليا لوضع القرار وفق نظام الجامعة ،ففي المادة الثانية عشر من ميثاق الجامعة حيث نصت على إنشاء أمانة عامة دائمة تتألف من أمين عام وأمناء عاميين مساعدين ودوائر خاصة تقدم الخبرة الفنية والدعم الإداري في مجالات الإعلام والاتصال والاقتصاد والثقافة والقضايا القانونية والشؤون الاجتماعية والصحية.

السياسية الخارجة للجامعة:

كما أشرنا لا يوجد للجامعة العربي سياسة خارجية موحدة والسبب في ذلك يعود إلى ان الهدف الأول للجامعة كما هو موصوف في الميثاق تقوية النشاطات غير السياسية ودخول المعترك السياسي بصورة عرضية وان هذا التوجه جاء من منطلق انه منذ إنشاء الجامعة لم يجر تحديد دور معين في المجال السياسي ومجال السياسة الخارجية اللذين قد يتم الأعراب عن وجهات نظر متباينة إلى زعزعة أسس التعاون بالجامعة من منطلق ان الجامعة هي منظمة شكلت من مجموعة من الدول العربية والأخيرة بعضها حصل على استقلالها أي انها حديثة الاستقلال وأخرى مازالت تحت الحماية والوصاية ، ولذلك فان السياسة الخارجية للجامعة مرتبطة بالدول التي تملك سيادتها الخارجية وان الجامعة كمنظمة إقليمية نظامها أو ميثاقها لا يخولها التدخل في سيادة الدول

1- مرجع سابق، ص 12.

من منطلق ان لكل دولة عربية سيادتها وسياستها الخارجية الخاصة بها، ومن هنا فان القرارات الجماعية ملزمة لجميع أعضاء الجامعة، أما القرارات التي تتخذ بالأكثرية فتكون ملزمة فقط للدول التي قبلتها على ان قرارات المجلس في كلتا الحالتين ستطبق في كل دولة عضو وفقاً للقوانين الأساسية المعمول بها.

كما ان ميثاق الجامعة أكد على الاحترام المتبادل لكل دولة عضو وعدم التدخل بشؤون الدولة الأخرى.

ومن هنا يتبين انه ليس للجامعة سلطة لتنفيذ القرارات أو تجاهلها وارد وعليه يتبين لنا ان وجود الجامعة كمنظمة جاء لتحقيق التنسيق السياسات ما بين الدول العربية في المجالات الغير حساسة أي في الأمور التي لا تركز على قضايا سياسية مهمة وقضايا عقائدية كما وتعتبر الجامعة مجرد منبر مفتوح لجميع الأعضاء لبحث قضايا إقليمه أو نزاع عربي – عربي.

أهداف السياسية الخارجية لجامعة الدول العربية:

قبل ان نتحدث عن أهداف السياسية الخارجية للجامعة لابد من التأكيد على ان لكل دولة عربية سياسة خارجية خاصة بها، قد تصطدم مع سياسة دولة عربية أخرى، فمثلاً دولة عربية في سياستها الخارجية تعتبر إسرائيل دولة حليفة "الأردن ومصر" على ضوء معاهدات السلام بينما دول تعتبر إسرائيل دولة عدوة مثل سوريا والعراق "قبل سقوط بغداد عام 2003".

ومن هذا المنطلق فان أهداف الساسة الخارجية للجامعة تحددت في ثلاثة أهداف كما أشار إليها الباحث "ماكدونالد" على النحو التالي:

أولاً: التعاون مع المنظمة الدولية الأمم المتحدة ضمن الالتزام بمبادئ الميثاق وأغراضه خدمة للمنطقة.

ثانياً: الحياد أو عدم الانحياز، وهذه سياسية اتضح منذ البدء انها سياسة عدم تعاون مع الدول الغربية حتى تتحقق الأهداف الوطنية المعلنة للدول الأعضاء في الجامعة.

ثالثاً: معارضة وجود إسرائيل معارضة لا هوادة فيها يعبر عنها في مقاطعة اقتصادية عربية وفي تأييد قوى للحقوق العربية وعلى رأسها الحقوق الوطنية للشعب الفلسطيني في استرداد حقوقه وتقرير مصيره على كامل التراب الوطني.

ان سلطة الجامعة في الأصل سلطة غير موجودة على الأرض وبالتالي فان قرارات الجامعة غير ملزمة للأعضاء بسبب عدم وجود سلطة من ناحية وبالتالي غياب جهاز لتنفيذ القرارات أي عدم وجود سلطة من ناحية وبالتالي غياب جهاز التنفيذ القرارات أي عدم وجود سياسة ثابتة حيال الأحداث التي تجري وهذا هو مربط الفرس في ذلك، ويسعفنا المفكر الراحل د. هشام شرابي في الوصول إلى منهج عملية اتخاذ القرار في الجامعة العربية حيث يشرح لنا في كتابه فلسطين وإسرائيل على النحو التالي:

ان العواقب العملية لاتخاذ القرارات والناجمة عن التمييز بين سياسة الدولة والسياسة العربية العامة تكمن في وجود عوامل اجتماعية وإيديولوجية، أي ان شرابي يقول ان هناك فصل عقائدي واجتماعي ما بين مفهوم سياسة الدولة لكل دولة عربية، والسياسات العربية بشكل عام، ويضرب مثالاً على ذلك، فالديمقراطية من حيث التأييد الشعبي والوحدة العربية لا تشكلان غير أساس افتراضي لإعداد السياسة، وسياسة الدولة تحدها المصالح الوطنية لكل دولة ومصالح كل دولة تحددها النخب الحاكمة وليس حركة الشارع العربي، فالسلطة في جميع الدول العربية تتركز في القمة بغض النظر عن اختلاف نظمها السياسية، فالقرار السياسي العربي متفاوت ما بين كل دولة، فدول عربية مؤيدة للغرب ودول مناهضة له، ولذلك فالسياسية الخارجية للدول العربية مبنية على مصالح كل دولة

وليس على حساب مصالح الأمة العربية وشعوبها وهذا يثبت ان لا يوجد سياسة خارجية للجامعة وانما سياسية خارجية لكل دولة.

مفهوم الإعلام المشترك ونشأته ووظائفه:

تناول عدد من الباحثين العرب تعريف مفهوم الإعلام المشترك من زاوية متقاربة، اذ ان معظم الدراسات التي تناولها هؤلاء الباحثون انصبت على وضع تصور وصفي لواقع المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة وأنشطتها ومواثيقها ومعظم هذه البحوث أشار إليها عدد من الباحثين نذكر منهم عبد الخبير محمود، محمد العويني، راسم الجمال، سليم الياية... وغيرهم، وبذلك فان أبرز مفاهيم الإعلام العربي المشترك انصبت على ما يلي:

ان الإعلام العربي المشترك هو كل نشاط اتصالي تشترك فيه دولتان عربيتان أو أكثر من الدول العربية أو عدة وسائل اتصالية ملائمة في ظروف معينة سواء أكان ذلك على مستوى محلي أو إقليمي أو قومي أو دولي.[1]

ان هذا التعريف يفترض فيه مجموعة من الأركان التالية:[2]

1) وجود متصل عن مؤسسة أو تعاون بين مؤسستين تمثلان دولتين عربيتين أو أكثر.
2) وجود هدف محدد يعي المتصلون أبعاده.
3) وجود رسالة تم تصميمها وإعدادها وإرسالها بأسلوب تعاوني مشترك يتلاءم مع الهدف ويناسب الجمهور.
4) وجود مستويات متعددة من الجماهير كهدف للعملية الاتصالية سواء أكانت العملية محلية أو إقليمية أو عربية أو دولية.

1- تحديات الإعلام العربي، د. صالح أبو أصبع، دار الشروق، 1999، ص 84.

2- مرجع سابق، ص 85- 86.

5) استخدام الوسيلة الاتصالية الملائمة.

6) تأثير الرسالة.

7) الظروف أو البيئة التي تتم فيها العملية الاتصالية.

ويعرف الإعلام العربي المشترك بان الوظيفة الإعلامية التي تمارسها الجامعة العربية باسم ونيابة عن وبالاشتراك مع الأقطار العربية وتحت أشرافها لصالح الوطن العربي.[1]

وبحسب د. أبو أصبع فان تعريف الجامعة للإعلام العربي المشترك هو تعريف ضيق حصره في النشاط الإعلامي لجامعة الدول العربية بما تعانيه من قدرات محدودة وهذا التعريف من وجهة نظره لا يفي بالعملية الاتصالية حقها من حيث إبراز جميع عناصرها.[2]

نشأة و تطور الإعلام العربي المشترك:

خرج الإعلام العربي المشترك إلى حيز الوجود من معطف الجامعة العربية في نيسان من عام 1946 حيث تم الإعلان عن تأسيس دائرة الإعلام والنشر تحت أشراف الأمانة العامة للجامعة من خلال وضع خطة للدعاية ونشرها على الصعيد الدولي نيابة عن الدول العربية وانبثقت سياسة الجامعة إزاء العالم الخارجي، كما أشرنا خلال استعراضنا لأهداف السياسة الخارجية، وعلى ضوء ذلك فالنظام الداخلي للأمانة حدد مسؤوليات الإعلام المشترك، ففي أيار 1953 تحددت مسؤولية الإعلام والنشر ضمن خطة تطوير العمل الإعلامي والدعائي بشكل عام من خلال تزويد وسائل الإعلام والصحافة بالبيانات والأخبار والمعلومات، وقد نشط الإعلام في المحافل الدولية وخاصة في الأمم المتحدة، لكن هذا الاندفاع أصيب بخيبة أمل من

1- الإعلام العربي المشترك، د. راسم الجمال، والمنشورة في كتاب الإعلام العربي المشترك لـ د. تيسير أبو عرجة، ص 24.

2- مرجع سابق، ص 86.

موقف الهيئة الدولية والذي بدأ بإصدار قرار التقسيم وحصول بعض الدول العربية على استقلالها وقد توصل العرب إلى ضرورة إيلاء الإعلام الخارجي أهمية خاصة لإقناع الدول الصديقة بمشروعية المطالب العربية وخاصة القضية الفلسطينية، ففي عام 1952 إنشاء مجلس الجامعة بعثة مراقبة دائمة له في الأمم المتحدة لتوحيد وتكثيف الجهود العربية في المجالين السياسي والإعلامي، وخلال هذه المرحلة تحول ثقل الإعلام والدعاية العربية من الأمم المتحدة إلى جهد إقليمي ليشمل أمريكا الشمالية برمتها بسبب التطورات اللاحقة التي أعقبت احتلال فلسطين والدعم الغربي للصهيونية خاصة تفسير الغرب لمفهوم دول عدم الانحياز بانها انحياز للاتحاد السوفيتي وزاد التوتر ما بين الغرب والعرب بعد نجاح الثورة المصرية عام 1952 والسياسات التي نادى بها زعماؤها لمواجهة هذه التطورات فقد عمدت الجامعة العربية لإعادة الموقف من الغرب وخاصة من الولايات المتحدة من خلال التفاهم والحوار، وهنا جاء دور الإعلام ليقوم بهذه المهمة.

ففي عام 1954 أنشئ مركز عربي للإعلام في نيويورك كما تم افتتاح مراكز إعلامية أخرى في أوروبا، وهذا مما استدعى وضع سياسة إعلامية جديدة للتعامل مع الغرب، حيث جاء انعقاد اجتماع لخبراء الإعلام العرب عام 1959 من الدول الأعضاء في القاهرة حيث تمخض الاجتماع عن سلسلة توصيات تتعلق بالأهداف وبالإطار التنظيمي بما في ذلك المكاتب بالخارج وأساليب الدعاية، وقد توصل الخبراء إلى ضرورة تنظيم جهاز الإعلام للجامعة العربية على النحو التالي:[1]

أولاً: اللجنة الدائمة للإعلام: أنشئت على غرار اللجان الدائمة المنصوص عليها في النظام الداخلي، وتتألف من رؤساء أجهزة الإعلام أو من ينوب عنهم من كبار رجال الاختصاص في هذا الشأن من حكومات الأقطار الأعضاء وتنطلق أهداف اللجنة من خلال القيام بالأعمال التالية:

1- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 13- 16.

1) وضع التخطيط العام لسياسة الدعوة للجامعة العربية.
2) تنسيق جهود الدول الأعضاء في هذا الشأن.
3) توجيه أعمال المكاتب الدائمة وإدارة الإعلام والنشر بالأمانة الدائمة والمكاتب التابعة في الخارج وتجتمع اللجنة الدائمة للإعلام دورياً مرتين في كل سنة.

ثانياً: المكتب الدائم للدعوة العربية: وتتألف من الملحقين الصحفيين في البعثات الدبلوماسية العربية في القاهرة أو من يقوم مقامهم، ومندوب مصلحة الاستعلامات المصرية، ومهمة المكتب تقوم من خلال تنسيق العمل ما بين جهاز الإعلام في الأمانة العامة وبين إدارات الإعلام للدول الأعضاء ويكون ممثلاً للجنة الدائمة للإعلام ومسؤولاً عن أعماله أمامها.

ثالثاً: الصندوق المشترك للإعلام العربي: وتعنى اللجنة الدائمة للإعلام بتدبير دخل الصندوق كما تقوم بإعداد مشروع الميزانية السنوية لجهاز الإعلام.

رابعاً: إدارة الإعلام والنشر: وتقوم هذه الإدارة بأعمال السكرتاريا وتنفيذ المناهج الإعلامية التي تضعها اللجنة الدائمة وتدريب الموظفين، وتتألف من الأقسام التالية:

1) قسم التخطيط والدراسات.
2) القسم التنفيذي.
3) القسم الإداري.
4) مكتب الإعلام العربي بالخارج.

ومن جهة أخرى فقد فشلت التوصيات السابقة في تحديد واضح للأهداف على المستويين الإقليمي والدولي، وبدلاً ان تتضمن هذه التوصيات بياناً واضحاً يحدد أهدافاً تستند إلى سياسة إعلامية متلاحمة، فانها لم تقدم أكثر من خطوط توجيهية لجهود إعلامية في مجالات محدودة وقصيرة المدى، فعلى سبيل

المثال حثت التوصيات على عقد اجتماع من فئات وجمعيات دينية وتوجيه دعوات إلى زعماء دينيين ومغتربين من أصل عربي لزيارة الدول العربية على أمل مجابهة المحاولات الصهيونية في تبرير إنشاء دولة إسرائيل بالاستناد إلى تفسيرات زائفة "العهد القديم".

فخلال مرحلة الستينات وخاصة خلال الفترة الممتدة من عام 1960- 1964 جرت تطورات مذهلة على الصعيد الإقليمي تركت آثاراً عميقة في السياسات والتصرفات العربية في مجال السياسة الدولية والإعلام، فقد اتسع الصراع ما بين النظم الملكية المحافظة والنظم الجمهورية الثورية على زعامة المنطقة خاصة بعد الانقلاب الذي جرى في العراق من جهة وتفكك الوحدة ما بين سوريا والعراق ناهيك عن الحرب الأهلية التي جرت في اليمن، وكل هذه التطورات عمقت التجزئة والتفرقة بين العرب وزاد الطين بلة التهديدات الإسرائيلية عام 1963 لتحويل مجرى نهر الأردن وعلى ضوء ذلك تداعى الزعماء العرب عام 1964 لمناقشة الأزمات التي حلت بهم لمواجهة الخطر الصهيوني حيث تمكن العرب من عقد المؤتمر الأول للقمة العربية الذي جرى في 13 كانون أول من عام 1964 واتخذوا قرارات أهمها زيارة 114 بلداً في مختلف دول العالم لشرح الموقف العربي من الصهيونية وخاصة مشروع تحويل مجرى نهر الأردن.

وعلى صعيد الإعلام دعا قرار ثانٍ لوزراء الإعلام العرب إلى الاجتماع وتشكيل مجلس دائم من أجل تحسين مستوى الخدمات الإعلامية على الصعيد الدولي.[1]

1- أزمة الإعلام العربي، د. الزامل، ص 61- 62.

السياسية الإعلامية للإعلام المشترك:

خلال الفترة الممتدة من السابع من آذار إلى العاشر من عام 1964 تداع وزراء الإعلام العرب، لوضع سياسة إعلامية شاملة تنفذ على الصعيدين المحلي والعالمي تهدف إلى تحقيق الأهداف التالية:

1) تعزيز الوحدة العربية.
2) توعية الجماهير العربية بأخطار الصهيونية.
3) تعبئة الجماهير العربية للوقوف صفاً واحداً لمواجهة الأخطار الصهيونية والعمل لتحرير فلسطين وغيرها من الأراضي العربية المحتلة.
4) تعزيز العلاقات الشعبية مع شعوب أفريقيا.

أما أهداف السياسية الإعلامية على الصعيد الدولي فقد جاءت على النحو التالي:

1) نشر الحقائق التي لا لبس فيها عن العالم العربي واطلاع الآخرين على عدالة المطالب العربية وإظهار عزم العرب على تأييد السلم العالمي.
2) فضح القوى المعادية التي تحاول القبول بنتائج العدوان الصهيوني واحتلال فلسطين أي فرض الشروط المذلة للصهيونية.
3) تزويد الآخرين بمعلومات عن العالم العربي وتطوراته.
4) إشاعة الوعي عن الحركات الوطنية العربية بصفتها قوة بناء ومحاولة إظهار محتواها الإنساني والتقدمي.
5) كل ذلك يستدعي من الإعلام العربي المشترك توجيه جهوده لمواجهة الإعلام الصهيوني الدعائي من خلال فضح طبيعته العدوانية ودوره كعميل امبريالي في أفريقيا وتحالفه مع القوى الرجعية في العالم.

ومن جهة أخرى دعا مجلس وزراء الإعلام العرب إلى تشكيل لجان تنسيقية مساندة للعمل الإعلامي العربي في الخارج:[1]

1) **لجنة رؤساء البعثات السياسية العربية**: ومهمة هذه اللجنة التعاون وتبادل الرأي والاتفاق على الخطة العربية التي تنتهج في مواجهة القضايا المشتركة، ومن الناحية العملية أصبحت هذه اللجنة فيما بعد بمثابة مجلس السفراء العرب في العواصم الأجنبية.

2) **اللجنة الإعلامية**: وتتألف من مديري المكاتب الإعلامية للدول الأعضاء في العواصم الأجنبية إضافة إلى مدير المكتب الإعلامي للجامعة، وتنحصر مهمة هذه اللجنة في تبادل المعلومات ووضع خطة إعلامية موحدة وتوزيع الأدوار والمهام فيما بينها.

3) **اللجنة الاقتصادية**: وتتألف من القائمين على الشؤون الاقتصادية والتجارية في السفارات العربية بالخارج: ومهمتها دراسة المصالح العربية والاقتصادية في علاقاتها مع الدول التي يعملون بها وتعقب النشاط الاقتصادي الصهيوني واقتراح الوسائل المناسبة للتصدي له.

4) **اللجنة الثقافية**: وتتألف من الملحقين بالسفارات العربية وبحث المسائل المتعلقة بالعلاقات الثقافية بين العالم العربي والدول والممثلين لديها.

ومن جهة أخرى وخلال مرحلة الستينات من القرن الماضي تعرض النسيج العربي لإخفاقات متلاحقة هزت البناء العربي من خلال الانقلابات العسكرية التي جرت في العراق وانطلاق الحرب الأهلية في اليمن كل هذه الإخفاقات، مما هيئا الأرضية لعدوان 1967 والتي أرضت بظلالها على الواقع العربي حيث اعتبرت حرب 1967 أكبر هزيمة تعرض لها العقل العربي في التاريخ الإنساني، ولذلك تحرك مجلس وزراء الإعلام العرب الذي انعقد في تونس عقب حرب 1967 من خلال رسم

1- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 19- 20.

سياسة إعلامية مشتركة وضعتها الجامعة العربية حيث وصفت هذه السياسة بانها شاملة وأكثر عمقاً من سابقاتها وانحصرت فيما يلي:[1]

1) عزل الإعلام العربي المشترك خاصة الموجة إلى خارج العالم العربي عن الخلافات والتناقضات القطرية ولتأكيد على القواسم المشتركة للأمة العربية ومواجهة التحديات.
2) ضرورة تعميق النظرة الشمولية في المعالجة الإعلامية لقضايا العرب بحيث تشمل القضايا السياسية والاقتصادية والحضارية والثقافية وهو تطور مهم في إدراك العرب وفهمهم لوظيفة ودور الإعلام الدولي.
3) التأكيد على أهمية التنسيق الإعلامي على المستوى العربي والدولي وهو ما يعني التنسيق ما بين الإعلام القطري والإعلام المشترك.
4) ضرورة تحقيق التواجد الإعلامي العربي في الدول النامية.
5) مخاطبة الجماهير المستهدفة في ضوء الأدوار المطلوبة منها من خلال منطلقات إعلامية تناسب جماهير كل منطقة جغرافية مستهدفة.
6) التركيز على ثلاث نقاط أساسية في مضمون الإعلام العربي وهي :

1. ان القضية الفلسطينية هي جوهر الصراع في الشرق الأوسط، وان الحل العادل للقضية الفلسطينية يكمن في الاعتراف في حق الشعب الفلسطيني في تقرير مصير على أرضه وإقامة الدولة الفلسطينية المستقلة.
2. تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي وتأكيد رغبتهم في التقارب والتعاون مع كل دول العالم.
3. تأكيد حق العرب في الحصول على التكنولوجيا الحديثة في شتى المجالات لتنمية مجتمعاتهم والإسهام في تقليل الفوارق الاقتصادية بين الدول المتقدمة والنامية.

1- مرجع سابق، ص 23- 24.

أجهزة رسم السياسة الإعلامية بالإعلام المشترك:

تعددت أجهزة رسم السياسية الإعلامية العربية المشتركة بالمحاور التالية:[1]

أولاً: مؤتمرات القمة العربية: يصدر عن المؤتمرات العربية قرارات تؤثر تأثيراً جوهرياً في عملية تخطيط رسم سياسية الإعلام العربي المشترك فإلى جانب البيانات السياسية التي تصدر عن هذه المؤتمرات السياسية والتي تشكل أساساً للمنطلقات الإعلامية. لمضمون رسالة الإعلام العربي المشترك فانه يصدر عن بعض مؤتمرات القمة قرارات تتضمن إما بإنشاء أجهزة إعلامية أو الموافقة على تمويل مشروعات إعلامية.

ثانياً: مجلس الجامعة: يعد مجلس الجامعة بحكم الميثاق صاحب السلطة العليا سياسياً وقانونياً في رسم السياسات واتخاذ القرارات للإعلام العربي المشترك مثله مثل باقي مجالات العمل العربي المشترك.

ثالثاً: مجلس وزراء الإعلام العربي: يتكون من وزراء الإعلام للدول العربية وقد تقرر إنشاؤه في مؤتمر القمة الأول عام 1964 وهو يتولى الأشراف على وضع السياسات الإعلامية العربية.

رابعاً: اللجنة الدائمة للإعلام العربي: ويتبعها جهازان هما:

1) المكتب الدائم للإعلام العربي.
2) صندوق الإعلام العربي المشترك.

خامساً: الإدارة العامة للإعلام وهذه الإدارة من واجباتها القيام بتوجيه مكاتب الجامعة وإعداد البحوث والدراسات عن القضايا العربية والتعرف على خصائص الرأي العام الدولي واتخاذ الأساليب المختلفة للتأثير فيه وكذلك تزويد المكاتب بالمواد الإعلامية المختلفة بغية قيام هذه المكاتب بأداء دورها في الدول الغربية.

1- مرجع سابق، ص 27- 31.

هذا وتقوم الإدارة العامة للإعلام المشترك القيام بالمهام التالية:

1) وظائف تخطيطية.
2) وظائف تنسيقية.
3) وظائف بحثية.
4) وظائف إشرافية.

سادساً: مكاتب الجامعة بالخارج: تمثل مكاتب الجامعة في الخارج المؤسسة الميدانية التي تقوم بمباشرة العملية الإعلامية العربية مع الجماهير المستهدفة خارج الوطن العربي وتقوم بأداء وظائف إعلامية في المقام الأول إلى جانب المهام التمثيلية التي تقوم بها كمهام فرعية ومن أهم أعمالها:

1) جمع المعلومات عن الأقطار العربية ومنطقة الشرق الأوسط.
2) الدعاية للأقطار العربية والرد على الافتراءات الموجهة للدول العربية والجامعة العربية.
3) تدعيم العلاقات بين الجامعة والأقطار العربية من جهة والتي تعمل فيها المكاتب وتوثيق الصلات مع رجال الإعلام في هذه الدول من جهة أخرى.[1]

المنظمات والاتحاد التي تعمل ضمن الإعلام العربي المشترك:

يعمل ضمن أجهزة الجامعة العربية منظمات واتحادات معينة بقطاع الإعلام العربي المشترك وهي:[2]

1) **المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم:** وقد اهتمت منذ إنشائها عام 1971 بوسائل الاتصال والإعلام الجماهيري في الوطن العربي باعتبارها من الأدوات الرئيسية للتنمية الشاملة في المجتمع العربي المعاصر والتي يجب تنميتها

1- مرجع سابق، ص 30- 31.

2- أزمة الإعلام العربي، الزامل ، ص 49- 55.

وتطويرها لتقوم بدورها في التثقيف الاجتماعي ونشر الوعي العلمي وزيادة فعالية الجهود التربوية والتعليمية.

2) **اتحاد إذاعات الدول العربية:** من أهداف الاتحاد وضع خطية منسقة تسير عليها إذاعات الدول العربية في برامجها وتنمية وتنسيق ودراسة جميع المسائل التي لها علاقة بالإذاعة.

3) **اتحاد الصحفيين العربي:** جاء الاتحاد لتحقيق الأهداف التالية:
1. تدريب الصحفيين العرب.
2. الدفاع عن حرية الصحافة والمساعدة في وضع التشريعات الصحافية.
3. دعم مسيرة الإعلام الشعبي خارجياً عن طريق عقد المؤتمرات الإعلامية والدولية وعقد ندوات الحوار والاتصالات الثنائية.

4) **اتحاد وكالات الأنباء العربية:** يركز اهتمامه على التنسيق بين الوكالات العربية وتدريب الكوادر الإعلامية والصحافة اللازمة في الدول العربية الأكثر احتياجاً وتنظيم الحوار مع الاتحادات الدولية.

5) **المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية:** وقد أنشئ لتحقيق الأهداف التالية:
1. توفير واستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة.
2. مساعدة الدول العربية فنياً و مادياً في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية.
3. القيام بعملية النقل التلفزيوني والإذاعي من البلاد العربية عن طريق الشبكة الفضائية العربية ووضع القواعد المنظمة لاستخدام القنوات التلفزيونية والإذاعية.

6) **الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية:** ويهدف إلى تنظيم المواصلات وتحسينها بين بلدان الاتحاد.

7) **المركز العربي للدراسات الإعلامية والسكان والتنمية:** وقد جاء هذا الاتحاد لتدريب الصحفيين والإعلاميين في الوطن العربي على معالجة قضايا السكان والتنمية والتعمير.

8) المركز العربي للتقنيات التربوية :يعمل على مساعدة الدول العربية في هذا المجال وتحقيق أكبر قدر ممكن من التعاون بين هذه المراكز الوطنية ويركز المركز نشاطه في مجال التشجيع على إنتاج البرامج التعليمية، وتسيير سبل الإنتاج المشترك بين الأقطار العربية.

وظائف الإعلام العربي المشترك:

تحددت وظائف الإعلام المشترك بالوظائف التالية:[1]

1) الإعلام عن جامعة الدول العربية ونشاطاتها المختلفة باعتبارها تنظيماً قومياً إقليمياً على المستويين القومي والدولي باعتبارها تمثل رمزاً قومياً للوطن العربي وتعميق هذا الإحساس يشكل بحد ذاته قيمة قومية عليا في سبيل تحقيق الهداف المستقبلي والنهائي للأمة العربية وهو الوحدة العربية الشاملة.
2) التعبئة المعنوية والسياسية للجماهير العربية بهدف المحافظة على معنويات الشعب العربي في كل أجزاء الوطن العربي وتعد هذه الوظيفة تكميلية لوظائف الإعلام القطري العربي.
3) الإعلام عن الأمة العربية وقضاياها وخاصة الصراع العربي الصهيوني باعتبارها قضية أساسية للأمة العربية.

ومن جهة أخرى فقد صنف بعض الباحثين هذه الوظائف إلى وظيفتين أساسيتين:

تتعلق الأولى بالاتصال الداخلي وتقوم على تنمية الوعي القومي وربط الولاء القطري بالولاء العربي ورفض مصادر التناقض بين الولاءين.

1- مرجع سابق، ص 24- 25.

والثانية بالإعلام الخارجي وتنقسم بدورها إلى قسمين هما:[1]

1) وظيفة مساندة للسياسة الخارجية للجامعة.

2) وظيفة حضارية تتناول تصحيح صورة العرب في العالم الخارجي.

التحديات التي يواجهها الإعلام المشترك وأبرز الانتقادات التي وجهت له:

ان الإعلام العربي المشترك هو امتداد للإعلام القطري ولذلك علينا تجاوز هذه الإشكالية حتى نتمكن من إرسال رسالة إعلامية يكون الخارج متوافقاً مع الدخل حيث ان إشكالية الازدواجية في طبيعة الخطاب العربي الداخلي مع الخارجي ستؤدي إلى زعزعة الثقة بالإعلام العربي بمجمله، بعبارة أخرى فالإعلام العربي الداخلي له هدف والخارجي له هدف فالأول يهدف إلى كسب ولاء وثقة الجمهور الداخلي والخارجي يهدف إلى ثقة الخارجي ويقظة الضمير الإنساني ومن هنا يجب ان نضع خطاب خاص بالإعلام الداخلي وخطاب إعلامي خاص بالخارجي فاللغة الداخلية يجب ان تختلف عن الخارجية وعلى ضوء ذلك فقد صنف علماء الإعلام الدولي ان أبرز التحديات التي يعاني منها الإعلام العربي يمكن إجمالها في التحديين التاليين:

أولاً: التحدي الداخلي: فعلى المستوى العربي نجد ان أولى هذه القضايا يتمثل في الإقليمية القطرية في مواجهة القومية وهذا يعتبر تحدياً كبيراً يواجه الإعلام العربي ويواجه مسيرة الإعلام العربي المشترك ويعيق مسيرة العمل الإعلامي، اذ ان وجود النزعة الإقليمية والقطرية فان المعيقات حتماً ستقف في وجه الإعلام العربي وتوجهاته وعلى سبيل المثال الموقف من القضايا العربية كالتسوية والصراعات العربية وخاصة مواقف بعض الدول ضمن تداعيات الربيع العربي فهناك دول تؤيد التغيير السلمي

1- مرجع سابق، ص 25- 26.

ودول ترفضه ودول تؤيد التغيير المسلح ودول ترفضه كما يجري في سوريا وليبيا واليمن....

وكذلك فان الإعلام العربي يواجه التحديات التنموية والديمقراطية وحقوق الإنسان والاستبداد والاحتلال الأمريكي...

ثانياً: التحديات الخارجية: مما لا شك فيه ان الإعلام العربي المشترك يواجه تحديات جسام، فهذا العالم تحكمه المصالح لا الصداقات وأبرز التحديات الخارجية التي تواجه الإعلام العربي المشترك ما يلي:[1]

1) العلاقة مع الغرب.
2) العرب والنفط وصورتهم في الإعلام الدولي.
3) العرب والصهيونية.
4) العرب والإرهاب.
5) العرب والتعصب الديني والطائفي.

الانتقادات والسلبيات التي يعاني منها الإعلام المشترك:

خلال الصفحات السابقة رصدنا الإعلام العربي المشترك من حيث نشأته ووظيفته وطبيعة عمله، حيث جاء هذا الإعلام ليملأ الفراغ العربي على ضوء تطورات القضية الفلسطينية لمواجهة الإعلام الصهيوني الذي سيطر على المشهدين الإقليمي والدولي، لكن هذا الإعلام تعرض إلى أخفاقات جوهرية وجذرية جاء بسبب الجو العام المتناهي بين النظم العربية والناجمة أصلاً عن الاختراق الغربي والصهيوني لها، وعلى العموم فان أبرز الانتقادات التي وجهت للإعلام العربي المشترك يمكن حصرها في الآتي:[2]

1- تحديات الإعلام العربي، أبو أصبع، ص 96- 110.

2- الإعلام العربي حاضراً ومستقبلاً، أبو عرجة، ص 34- 36

1) ضعف مستوى الكوادر الإعلامية وعدم إلمامها بالحد الأدنى اللازم لمزاولة الوظيفية الإعلامية العربية.

2) عدم وجود الحوافز اللازمة لإتقان العمل الإعلامي أو محاولة أداء الوظيفة الإعلامية.

3) ضآلة عدد الموظفين.

4) ضعف رقابة الجامعة العربية في أغلب الأحيان على أنشطة المكاتب.

5) ضعف أجهزة التخطيط الإعلامي ان وجدت في الإدارة العامة للإعلام.

6) ضعف دور الإدارة العامة في الإعلام من حيث إنتاج المواد الإعلامية الصالحة للتوزيع في الخارج من خلال مكاتب الجامعة العربية وغيرها وذلك باللغة الأجنبية.

7) عدم وجود أقسام متخصصة مزودة بخبراء يقومون بدراسة للدعاية المضادة وتحليلها والتوصل إلى منطقها الدعائي للاستفادة من ذلك في التخطيط الإعلامي والتنفيذ والمتابعة.

8) أسيئ استعمال لفظ خبير في الإعلام العربي فقد الصق بأشخاص لا يتمتعون بحد أدنى من الدراسة العلمية.

9) عدم ثبات الأهداف السياسية الرئيسية للمجموعات العربية وفي نطاق مؤسسات العمل العربي المشترك وفي مؤتمراتها حيث الإعلام غير قادر على المرونة والحركية والسرعة في تغيير أساليبه وابتداع الوسائل المناسبة والتكتيك الإعلامي الملائم باعتباره متغيراً مساعداً للسياسة الخارجية وهذا ما تركه في كثير من الأحيان في وضع ساكن أو صامت إزاء تطور المواقف العربية والسياسية إزاء الأحداث والمستجدات.

10) الخلافات السياسية العربية والتي انعكست سلباً على العمل الإعلامي العربي من خلال الجامعة وبعثاتها في الخارج.

11) عدم حسم العلاقة ما بين الإعلام والسياسة وبالتالي تحديد الجهة صانعة القرارات بالنسبة للإعلام العربي وخطته القومية، هل هم وزراء الإعلام أم وزراء الخارجية؟

12) عدم المشاركة الفعالة والإيجابية من قبل الأجهزة الإعلامية العربية في تطوير العمل الإعلامي المشترك.

13) ضعف الكوادر الإعلامية.

14) مشكلة التمويل: حيث شكل عجز إمداد الجامعة بالأموال المناسبة عدم التمكن من تغطية النشاطات الإعلامي العربية للجامعة مما اضطر بالجامعة إلى إغلاق بعض المكاتب.

ومن جهة أخرى فهناك سلبيات بانت على وجه الإعلام العربي المشترك تحددت بالسلبيات التالية:[1]

أولاً: الإعلام العربي المشترك إعلام غير متخصص: فهو يخلط في جمهوره بين الجمهور العام وبين النخبة، وبينما يطمح الإعلاميون العرب للوصول إلى الرأي العام فإنهم يخاطبون الرأي العام وقادة الرأي باللغة العربية نفسها وبالأسلوب نفسه ولا شك ان توجيه الرسائل المتخصصة لجمهور خاص سيزيد من إمكانية نجاح العملية الاتصالية.

ثانياً: الإعلام العربي المشترك إعلام غير مدروس: بحيث ينقصه التخطيط وإعداد الحملات الإعلامية المتتابعة التي تستطيع استقطاب الجمهور والمحافظة عليه من سياسية النفس الطويل.

ثالثاً: الإعلام العربي المشترك إعلام غير مثابر: فهو إعلام موسمي يطرح القضايا ولا يتابعها وتقام الندوات الإعلامية ولا يؤخذ بتوصياتها.

1- تحديات الإعلام العربي، أبو أصبع، ص 91- 94.

رابعاً: الإعلام العربي المشترك هو إعلام غير ديمقراطي يقوم على مبدأ الخوف: فهو إعلام يركز محلياً على الإعلام الأمني وهو إعلام لا يثق بإعلامييه، ولذا يسود تقييد الحريات ويلعب الرقيب دوراً كبيراً في السيطرة على مضمون الرسالة الإعلامية، ولذا فان مبدأ حق التعبير الذي أقرته الدساتير العربية وأقره مجلس الجامعة سنة 1978 في ميثاق الشرف الإعلامي بمادته الأولى يظل هذا المبدأ حبراً على ورق.

خامساً: الإعلام العربي المشترك إعلام مبعثر: فعلى الرغم من ان هناك بعض الأنشطة الإعلامية المشتركة إلا ان الجهود العربية في المجالات الإعلامية وخاصة في الإعلام العربي الخارجي هي جهود مبعثرة لا تقدم جهداً واحداً مشتركاً فيه نوع من الاتساق والتكامل والتنسيق.

سادساً: الإعلام العربي إعلام لا يعتمد مبدأ إيراد الحقائق: فبعض الرسائل الإعلامية العربية المحلية والخارجية رسائل غير صحيحة ولا تعتمد إيراد الحقائق كاملة، وبعضها يعتمد إيراد نصف الحقيقة مما يجعل المرء يشعر أحياناً بتناقض الرسالة الإعلامية العربية ويزيفها.

سابعاً: الإعلام العربي إعلام نمطي تقليدي: سواء في مخاطبة الجمهور في الداخل أو في مخاطبته للرأي العام الأجنبي، ولكي يتكسر أساور النمطية فان الإعلام العربي يحتاج إلى ثلاثة شروط أولية:

1) توفير مناخ الحرية.
2) توفير الإمكانات المادية.
3) تأمين ظروف الإبداع وتسهيل فرص العطاء والابتكار للإعلاميين.

ثامناً: الإعلام العربي إعلام فقير: على الرغم من ان معظم الدول النفطية وغير النفطية تنفق أموالاً طائلة على مشاريعها الدعائية في الداخل والخارج إلا انها بخيلة في الإنفاق على المشاريع الإعلامية العربية المشتركة والتي أقرتها

الجامعة العربية ومجلس وزراء الإعلام العربي وغيرها وتعاني دوماً المشاريع الإعلامية العربية من مشكلة التمويل أو العجز في ميزانياتها.

تاسعاً: الإعلام العربي المشترك تعوزه الخبرة: على الرغم من وجود خبرات إعلامية عربية قديرة إلا ان المؤسسات الإعلامية العربية المشتركة تفتقد إلى وجود هذه الخبرات التي تشرف وتنفذ على الإعلام العربي المشترك محلياً وعربياً، اذ كانت الترشيحات للعمل في المؤسسات العربية المشتركة ومن ضمنها الجامعة العربية هي ترشيحات تخضع للجنسية وهي تتبع ترشيحات الأقطار وهي في الغالب ترشيحات لأهل الثقة أو الحظوة بدلاً من أهل الخبرة والعلم.

ما العمل؟

خلال تناولنا الإعلام العربي عامة والإعلام العربي المشترك بخاصة تبين لنا بشكل عام ان من أسباب ضعف الإعلام العربي وعجزه هو عدم وجود إعلام عربي مشترك بالمعنى الفعلي ولا حتى تعاون عربي الا في نطاق محدود للغاية، ومكمن الداء هو غياب أجهزة إعلامية عربية متخصصة تساعد على عدم أعطاء المجال الإعلامي الخارجي ما يستحقه من أهمية ومن ضرورة تقنية ضمن مقتضيات المصلحة العربية من جهة.

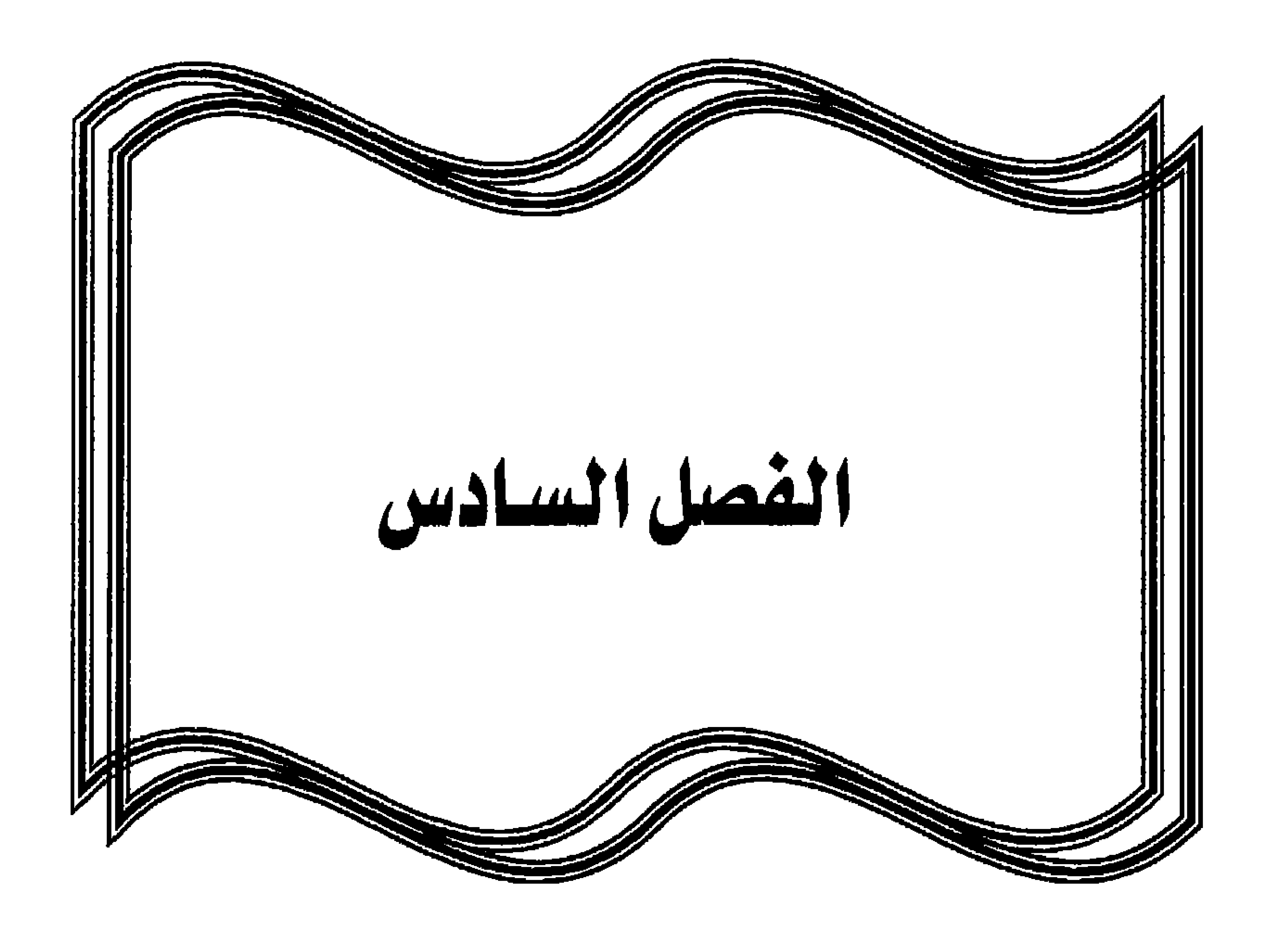
ومن إعادة النظر ما بين الإعلام العربي والرأي العام العربي من جهة أخرى، كذلك تحويل الإعلام العربي من إعلام قطري وترفيهي في معظم برامجه إلى إعلام قومي توعوي لكي يخلق جماهير متجاوبة مع القضية العربية في المياه العكرة خدمة لأهدافه التوسعية والعدوانية إضافة إلى ذلك انه يتوجب على وسائل الإعلام العربي ان تولي اهتماماً كبيراً لموضوع السياسية الدولية أكثر من اهتمامها بالسياسية الداخلية:[1]

1- مرجع سابق، ص 152.

والسؤال الذي يطرح نفسه هل الإعلام العربي المشترك يشكل بديلاً عن الإعلام القطري لكل دولة عربية؟

ان الإعلام العربي المشترك لا يشكل بديلاً عن النشاطات الإعلامية القطرية ولكن يمارس بالاشتراك والتنسيق مع هذه الأنشطة في إطار هدف قومي مشترك، وهذا يتطلب ضرورة التكامل والتنسيق بين خطط وبرامج الإعلام العربي المشترك وخطط برامج الإعلام القطري داخل أطار الجامعة العربية على مستوى التخطيط والتنفيذ تجنباً للتكرار وتوفيراً للنفقات واستثماراً للمردود الإعلامي الذي يمكن ان يتوفر مع كل خطوة يخطوها الإعلام المشترك سواء في ممارسة واجباته الآنية التي تتكيف باستمرار مع مقتضيات الظروف أو في خططه التي تخدم أهدافه البعيدة المدى عبر فترة ممتدة قد تمتد عدة سنوات.

ان السياسات الإعلامية العربية داخل الجامعة ما زالت غير متوافقة أو موحدة وهذا ليس عيباً بالجامعة بل العيب بهذه النظم التي ما زالت ترفض فكرة التوحد العربي وبدون ان يصبح الهم القومي هو الهم الأول على حساب القطري فان الجامعة ستبقى ساحة للحوار الساخن والتناقض والاختلاف ولن يكون هناك عمل عربي مشترك قد يصل به إلى التوافق العربي على محور أو قضية، وأبرز القضايا والمحاور التي يجب ان لا يختلف العرب عليها هي قضية الصراع العربي الصهيوني أي ان القضية الفلسطينية هي قضية العرب المركزية ويجب ان تبقى هذه القضية هي المحور الرئيسي للإعلام العربي وسوف نتحدث عنها في الفصل التالي.



الإعلام العربي والقضية الفلسطينية

تشكل القضية الفلسطينية أهم المرتكزات الرئيسية للأمة العربية بل هي القضية المركزية للوطن العربي سابقاً وحاضراً ومستقبلاً وهي عنوان كرامة الأمة وهي محور الصراع مع الصهيونية والامبريالية ومع التجزئة والتخلف، ومع كل شيء يتعلق بحضارتنا وواقعنا وكياننا ووجودنا، ولها سمات مميزة في السياسية العالمية وقد سبق ان تناولنا نشأة الصهيونية وتحالفها مع الامبريالية لإقامة وطن للصهاينة ان جذور القضية الفلسطينية تمتد إلى أعماق التاريخ وان البذرة البريطانية التي منها نبتت هذه النبتة الخبيثة في جزء عزيز من الأرض العربية ثم تحولت إلى شجرة دانية تتدلى أغصانها على فسيح الأرض أي مشرقها ومغربها.

وبعد هذه العرض عن أهمية القضية الفلسطينية والصراع العربي الصهيوني سنتحدث عن تناول الإعلام العربي لملفات القضية الفلسطينية خلال المراحل التالية:

المرحلة الأولى: وتمتد منذ عام 1948-1967.

فقد انطلق التحرك الإعلامي العربي منذ احتلال فلسطين عام 1948، ولقد كان ولادة ما يسمى بالإعلام العربي المشترك بسبب تداعيات القضية الفلسطينية ومستقبلها، ومع ذلك كان مستوى العمل والحراك الإعلامي العربي دون المستوى الذي يليق بأهمية هذه القضية كونها تشكل القضية المركزية للأمة العربية، فقد شكلت نكبة عام 1948 تداعيات خطيرة على مستقبل الأمة العربية برمتها وتأثيراتها الجانبية الاجتماعية والسياسية على مختلف الأوضاع في الوطن العربي خاصة الدولة المحيطة بفلسطين، وقد نجم عن هذه التداعيات نتائج وتطورات متسارعة وأبرز هذه النتائج ما يلي:[1]

1) الهجرات القسرية لموجات من اللاجئين الفلسطينيين الذين أخطروا لمغادرة فلسطين عام 1948.

1- الإعلام العربي، د. تيسير ابو عرجة، ص 91- 92.

2) بـروز ظـاهـرة الانقـلابـات العـسـكرية في عـدد مـن الأقطـار كـرد فعـل للهزيمة العسكرية العربية التي مني بها العرب في حرب فلسطين عام 1948.

3) قيام ثورة 23 يوليه عام 1952 في مصر والتي اعتبرت هزيمة الجيش المصري في حرب فلسطين إحدى أهم عوامل قيامها، واهتمام قادة تلك الثورة بحاضر الأمة العربية ومستقبلها وبتطورات القضية الفلسطينية المتلاحقة.

4) انطلاق الثورة الجزائرية عام 1954 وتأييد العالم العربي لكفاح الشعب الجزائري لنيل استقلاله من الاستعمار الفرنسي الاستيطاني.

5) قيام كل من بريطانيا وفرنسا وإسرائيل عام 1956 بشن عدوان ثلاثي على مصر وصمود الشعب المصري في مواجهة العدوان مؤيداً من الشعب العربي كله.

6) ميلاد عدد من الاتحادات والروابط الطلابية الفلسطينية التي أخذت على عاتقها ميلاد العمل السياسي والإعلامي تمهيداً للعمل العسكري من أجل تحرير فلسطين ورفض حالة التشتت والضياع وغياب الشعب الفلسطيني كعنصر فاعل على خريطة الصراع واعتباره مجرد شعب من اللاجئين.

7) تجربة الوحدة السورية والمصرية وميلاد الجمهورية العربية المتحدة على اعتبار تلك الخطوة الوحدوية نقطة مضيئة في الاتجاه الصحيح لقيام الوحدة العربية الشاملة.

8) اشتداد ساعد الأحزاب العربية التي بدأت تستقطب الشباب العربي والفلسطيني باعتبار هذه الأحزاب ملاذاً قادراً على الفعل والمجابهة بعد الفشل الذي أظهرته الأنظمة العربية في حربها الأولى مع إسرائيل.

ومن جهة أخرى فقد شهدت مرحلة الستينات من عمر القضية الفلسطينية تطورات سلبية حزينة ومؤلمة ومرعبة قلبت الواقع العربي نحو الأسفل وغيرت ملامح

الشخصية العربية فقد شهدت حقبة الستينات انتكاسات وتصعيد للأزمات العربية المتلاحقة فقد جرت حروب عربية – عربية "الحرب المصرية – اليمنية" وفشل الوحدة "السورية – المصرية" كما شهدت الأعوام من 1964- 1967 ولادة التعبئة الوطنية الفلسطينية على صعيد القضية الفلسطينية والإعلام الفلسطيني، فقد انطلقت الحركة الإعلامية الفلسطينية من خلال الاتصالات الشخصية والحركة الجماهيرية الشعبية والدعم العربي الذي ساند ولادة منظمة التحرير الفلسطينية كممثل شرعي ووحيد للشعب الفلسطيني.

أساليب الإعلام الفلسطيني خلال حقبة الستينيات:

لقد جاءت النشاطات الإعلامية الفلسطينية خلال المرحلة الممتدة من الستينات ولغاية 1967 على النحو التالي:[1]

1) **الانتماء الحزبي والسياسي**: فقد مثلت هذه المرحلة حالة المد القومي والنجاحات الشعبية ممثلة بالحركة الناصرية والأحزاب القومية والتنظيمات السياسية والفدائية وما نتج عنها من نشرات وبيانات.
2) **النوادي الاجتماعية**: والتي استقطبت عدداً من الشباب الفلسطيني الذي تمزقه حالة الشباب ومصاعب العيش ليجد منها مكاناً للترويج والانتعاش بعيداً عن صعوبة السكن ومقر المرافق إضافة إلى ما استطاعت ان توفره هذه النوادي من أنشطة ثقافية وأدبية ورياضية، حتى أصبحت منتدى سياسياً للإعداد الثوري ممثلاً في نشوء الحركات الفدائية.
3) **الصحافة**: وهي امتداد طبيعي للحركة الصحفية في المراحل السابقة بالإضافة إلى المحاولات الصحفية غير المنتظمة إلا ان هذه المرحلة قد عبرت عن نفسها في ميداني الصحافة والإذاعة بشكل رسمي فكانت أخبار

1- الإعلام العربي، الشيخلي، ص 93- 94.

فلسطين في مرحلتها الأولى حيث نشأت بعض الصحف المنافسة والناطقة بلسان التنظيمات الفلسطينيين، ولكن العالم العربي كان يغط في نوم وسبات عميقين، وما ان تفاجأ بهزيمة عام 1967 وهي هزيمة للمشروع القومي العربي بكل أسلحته الإعلامية والثقافية والعسكرية وقد أثبتت هذه المرحلة ضعف الإمكانيات الإعلامية العربية أمام الإعلام الدعائي الصهيوني.

المرحلة الثانية: نكسة حزيران عام 1967 وما تلاها.

خلال السنوات التي خلت ما قبل هزيمة حزيران 1967 فقد امتازت هذه المرحلة بالمؤشرات التالية:[1]

1) الحرب النفسية التي سبقت حرب حزيران عام 1967 وتمثلت بالتهديدات الساخنة التي أطلقها قادة إسرائيل ضد سوريا وقولهم بالاستعداد لغزوها وإسقاط الحكومة القائمة فيها.
2) الهجوم على الأردن اذا ما وقف إلى الحياد ولم يتدخل في الحرب الفعلية إلى جانب سوريا ومصر.
3) إلحاح الإعلام الصهيوني على ان مصر ليست مستهدفة بالتحركات العسكرية الإسرائيلية وان بالإمكان حل كافة المشكلات القائمة بالطرق السلمية وان إسرائيل لا تريد ولا تستطيع محاربة مصر، وكان ذلك على سبيل نشر حالة من الاسترخاء العسكري لدى الجيش المصري وإيهام مصر بان إسرائيل لا يمكن ان تعلن الحرب من جانبها.
4) استغلال قرار مصر بسحب القوات الدولية من سيناء تحسباً لاحتمالات نشوب الحرب واعتبار هذا القرار مقدمة للحرب الفعلية من جانب مصر.

1- مرجع سابق، ص 94- 95.

5) استغلال قرار مصر بإغلاق مضايق تيران على مدخل خليج العقبة في وجه الملاحة الإسرائيلية واعتبار ذلك من جانب إسرائيل قراراً بإعلان الحرب.

6) استغلال المعالجات الإعلامية المصرية لمجريات الأحداث التي سبقت نشوب الحرب وهي المعالجات التي اتسمت بما يلي:[1]

1. عدم وجود سياسية إعلامية ثابتة المعالم سواء على مستوى الإعلام الداخلي أو على مستوى الإعلام الموجه للعالم العربي والموجه للساحة الدولية.
2. التخبط في المواقف إزاء القرارات المطلوبة سواء باتجاه الحرب أو باتجاه الحلول السليمة.
3. بروز نغمة التهويل من القوة الذاتية والعسكرية العربية، والتي أتاحت الفرصة لإسرائيل بمزيد من الاستعطاف والحصول على التأييد العالمي عسكرياً وسياسياً باعتبارها الدولة الضعيفة التي تتعرض لخطر التدمير.
4. بروز نغمة التهوين من شأن القوة العسكرية الإسرائيلية والتي أظهرت عدم معرفة بالكيان الإسرائيلي وإستراتيجيته العسكرية وحجم القوات التي يستطيع حشدها وقوات الاحتياط التي يعتمد عليها.
5. عدم استيعاب القرارات السريعة التي صدرت داخل إسرائيل لمواجهة ارتفاع نغمة الاستعدادات العربية وأهمها قرار تشكيل وزارة الحرب التي أصبح فيها "موشي ديان" وزيراً للدفاع، وإسحاق رابين رئيساً للأركان.
6. الطريقة الاستعراضية التي تنشر فيها صور القوات المصرية الزاحفة إلى سيناء قبل إعلان الحرب، وكذلك الطلعات الجوية فقد تم استغلالها في خدمة الحرب النفسية التي شنتها إسرائيل على الساحة الدولية.

1- مرجع سابق، ص 95- 96.

7. الطريقة الاستعراضية التي كانت تتحدث بها بيانات الإذاعات العربية وتعليقاتها وأخبارها وما تتضمنه من تصريحات متفائلة لبعض القادة العسكريين العرب وخاصة ما فعلته إذاعة صوت العرب وأحمد سعيد.

حالة الخطاب الإعلامي العربي خلال مرحلة الستينات:

امتاز الخطاب الإعلامي العربي خلال هذه المرحلة بالضعف والقصور من خلال ما يلي:

1) ان الإعلام العربي كان يتحدث عن هدف تحرير فلسطين دون ان يدرس حقيقة الأوضاع العربية غير القادرة على هذا الفعل أو مستعدة له أو انه داخل في حساباتها الإستراتيجية.
2) الإعلام العربي يجهل الخريطة العسكرية والسياسية والاجتماعية داخل إسرائيل نفسها.
3) ان تقديم معلومات وافية عن إسرائيل كان من المحرمات التي لا يقترب منها الإعلام العربي وهو ما أدى إلى الجهل بها وعدم معرفتها إلى ان جاءت حرب 1967 ونتائجها القاسية التي نبهت الأذهان إلى أهمية ذلك.
4) ان صورة الجندي الإسرائيلي كانت مرتبطة بأذهان الإنسان العربي بأنه جبان وعدم مقدرته على المواجهة نظراً لافتقاده إلى الإيمان بقضيته باعتباره قادماً من بلدان مختلفة.
5) ان الإعلام العربي لم يكن يتحدث عن إمكانية إقامة دولة فلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة لان هذا يعني اعترافاً بشرعية إسرائيل ومن يقول غير ذلك يقبل بالتقسيم وكان يتهم ويرمي بالخيانة العظمى.
6) ان الإعلام العربي كان مشغولاً بالحروب الإعلامية فيما بين الدول العربية نفسها وكانت الإذاعات الرسمية والسرية والصحف والخطابات السياسية أهم ميادينها.

الإعلام العربي أثناء حرب 1967 وما تلاها:

لن نتحدث عن أجواء الحرب فقد تمكنت إسرائيل من إلحاق هزيمة عسكرية وإعلامية وسياسية بالعرب، فقد أثبتت الحرب ان الإمكانيات العربية دون المستوى المطلوب وان الفعل السياسي العربي والعسكري هزم هزيمة نكراء وتعتبر هزيمة 1967 بمثابة هزيمة للعقل العربي أمام العقل الغربي والصهيوني.

فقد أثبتت هذه الحرب ان الإعلام العربي كان يمارس خطاباً دعائياً تضليلاً ولم يكن مستعداً للمعركة الفاصلة مع إسرائيل وان كانت قوة الدول العربية المجتمعة مع إسرائيل مجرد ظاهرة صوتية، وعقب المعركة العسكرية فقد تعرض المشروع القومي العربي لضربة في الصميم، وفي هذه الصدد يقول وزير الإعلام المصري آنذاك د. محمد عبد القادر حاتم ان الأخطاء الإعلامية العربية في حرب 1967 تمثلت بالمحاور التالية:[1]

أولاً: إصدار تصريحات غير مسئولة: لقد كان الإعلام العربي يتباهى بإصدار التصريحات اللامسؤولة وعلى سبيل المثال:

تؤكد هذه التصريحات ان القوات المسلحة المصرية أقوى جيش في الشرق الأوسط حيث يتوفر لدى الجيش المصري أقوى قوة بحرية وجوية في المنطقة ومما زاد الطين بلة ان الخطاب الدعائي العربي كان يصرخ بالقول "تجوع يا سمك، سنرمي إسرائيل في البحر" وسنرحل أطفال ونساء إسرائيل إلى أوروبا.

ثانياً: التعبئة الإعلامية المتشنجة: كانت وسائل الإعلام العربية تذيع الأناشيد الساذجة اعتقاداً منها بانها تؤدي إلى تعبئة الرأي العام وهي أناشيد لا ترقى إلى ما كانت عليه أناشيد حرب 1956، وقد كان من اخطر تلك الأخطاء الإعلامية في حرب 1967 وجود تفرقة بين ما يقال في الداخل وما يقال من

1- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 99- 100.

تصريحات لوكالات الأنباء والمراسلين الأجانب الأمر الذي وصل إلى حد التناقض في التصريحات بل تصاعد إلى حد المزايدة في إصدار التصريحات مما كان له رد فعل عنيف أدى إلى بلبلة الرأي العام العالمي.[1]

كما انه بعد هزيمة حرب 1967 برزت المقاومة الفلسطينية المسلحة حيث انخرط في صفوفها آلاف المواطنين العرب والفلسطينيين وهم مصدومون من هول الهزيمة النكراء التي هزت الضمير العربي، وقد دعم الإعلام العربي ثقافة المقاومة وأشاد ببطولاتها فقد احتل خطاب المقاومة نشرات الأخبار ووكالات الأنباء العربية، فقد امتاز الإعلام العربي خلال هذه الحقبة بالآتي:

1) اعتبر الإعلام العربي القضية الفلسطينية هي قضية العرب الكبرى ولا يمكن فصلها عن القضية العربية برمتها.
2) ان المقاومة العربية ضد إسرائيل هي عنوان المجد وهي طليعة التحرير للشعب العربي.
3) سعى الإعلام العربي بطلب الدعم العربي والإسلامي والإنساني لقضيته.

المرحلة الثالثة: الإعلام العربي خلال حرب 1973.

أثبتت حرب 1973 بسالة الجندي العربي وشجاعته وأقدامه في ميدان المعركة فقد صدم الجيش المصري بالذات الصهاينة وحلفاءهم الامبرياليين، فهذه الحرب لم تكن حرباً عسكرياً فقط بل كانت بنفس الضرورات حرباً إعلامية ساخنة جداً وملتهبة، والحرب الإعلامية كانت أكثر من خندق وأكثر من جبهة وأكثر من هدف فهناك خنادق كثيرة وجبهات واسعة متعددة وأهداف صعبة الوصول إليها التنفيذ وترتب عليها مسؤوليات جسام فمن حرب

1- مرجع سابق، ص 100- 104.

البتول إلى حرب الحصار الاقتصادي إلى حرب الوقيعة بين الأصدقاء إلى حرب تصحيح المفاهيم لدى الرأي العام العالمي إلى حرب الأعصاب والحرب النفسية كل هذه المسؤوليات الإعلامية قد وضعت القائمين على الإعلام العربي في آن واحد ان هذه المسؤوليات الإعلامية لهذه الحروب وهذه المهام الكبيرة والدقيقة جداً في هذه الظروف الحرجة حملها بكفاءة وبجدارة مضافاً إليها المسؤوليات التالية:[1]

1) القيام بهجوم إعلامي ودعائي مضاد وسريع على كل المستويات والمحاور لاحتلال مواقع أمامية لدى الرأي العام الذي ضلله الإعلام الصهيوني والامبريالي وزور عليه حقائق وأسباب ونتائج هذه الحرب والعمل على تحصين وترسيخ تلك المواقع ضد التخريب المصوب إليها من الإعلام المعادي.
2) التحدث إلى شعوب العالم بسرد وتقديم الحقائق والوقائع نقية ساطعة عن القضية الفلسطينية وعن حجم الخسائر وبشكل صحيح دون تحريف أو تهويل أو تضخيم.
3) مقارعة الدعاية والإعلام المعادي في كل الميادين المحلية والدولية وتضييق الخناق عليه، وتحقيق السيطرة الإعلامية الشاملة على كل الأجواء السياسية والاقتصادية والنفسية والاجتماعية التي لها علاقة مباشرة بالحروب خاصة ما ينسحب على الدول الامبريالية المتحالفة مع الصهيونية.
4) ان حرب 1973 أعادت الأمل إلى الشارع العربي لو أكتمل مشروع الحرب ولم يوقف أطلاق النار ما بين الطرفين، ان تغطية الإعلام العربي لحرب 1973 كان ضعيفاً ولم يلامس الإعلام العربي الانجازات التي تحققت على صعيد ميدان المعركة وقد كان الإنجاز العسكري وسلاح المقاطعة للنفط

1- الإعلام العربي، الشيخلي، ص 81- 82.

مـن أقـوى الأسـلحة الإعلاميـة لـو تم اسـتثمارها، ناهيـك عـن اصـطفاف الجماهير العربية خلف الجيش العربي ووحدتهم وإجماع العرب لأول مرة على استخدام سـلاح الـنفط، كـل ذلـك اقنـع كـثيراً مـن الـدول العالميـة حقيقـة الصراع العربية الصهيوني الرهيـب الـذي يخوضـه الـشعب العربـي ضـد الغـزاة الصهاينة لانتـزاع حقـوقهم المشروعة علـى أرضـهم ووطـنهم، والأهـم مـن ذلـك انهيـار الأسـطورة الـصهيونية الـتي كـان يتـبجح بهـا الإعـلام الـصهيوني بـان الجـيش الإسـرائيلي لا يقهـر، فقـد قهـر في حـرب 1973 وقهرتـه المقاومتـان اللبنانية والفلسطينية.[1]

المرحلة الرابعة: مرحلة الثمانينات والتسعينات:

مـع انطلاقـة وتنـامي الانتفاضـة الفلـسطينية وخاصـة مـع بـروز الإعـلام المعـولم أصـبحت أخبـار الانتفاضـية الفلـسطينية مـادة يوميـة في الفـضاء الإعلامـي، وجـاءت فعاليـات المقاومـة اللبنانيـة لتؤكـد القـدرة علـى التمييـز في وقـت ارتفعـت فيـه أصـوات جريئـة في عواصـم عربيـة بـدأت تبحـث عـن مـستوى معين من الحرية الإعلامية والصحفية، وخلال هذه الحقبة خرج الإعلام العربي من حالة الجمود حيث خرجت طليعة ولو كانت محدودة خاضت غمـار التجربـة الصعبة وأدى بعض الإعلام الخـاص دوراً في تعزيـز الجـرأة علـى اجتيـاز التجربـة وعلى إحراج الإعلام العربي الرسمي الذي كان عليه ان يحسم خياراته، وكل ذلـك كـان يتمحـور حـول القـضية الفلـسطينية بكـل تجلياتهـا مـن منطلـق ان القـضية الفلـسطينية هـي جـوهر الـصراع ممـا سـاعد الانتمـاء للقـضية علـى ان تجتاز المرحلة الصعبة.[2]

1- لمزيد من الاطلاع انظر كتابينا مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب الإعلامي، الإعلام المقاوم بين النظرية والطموح.

2- الأمن الإعلامي العربي، رفيق نصري، صر 60.

ومن هنا فقد اكتسب الصوت الفلسطيني المقاوم حضوراً في الفضاء الإعلامي خاصة مع تنامي البث المباشر وازدياد اهتمامات الجماهير العربية حيث تبلورت ملاح تجربة مواجهة عسكرية وإعلامية برز المقاوم الفلسطيني طفلاً وامرأة وشيخاً يحمل حجراً يقذف به على دبابة إسرائيلية أو يفجر عبوة ناسفة وبذلك تفجرت فعاليات المقاومة والانتفاضة الفلسطينية، كل ذلك جرى تلاحم حقيقي على شاشات التلفزة ما بين الشارع العربي والشارع الفلسطيني.

لقد تمكن إعلامنا العربي في تعاطيه مع القضية الفلسطينية بتجاوز الواقع السياسي المر والمؤلم في نفس الوقت وكما يقول "رفيق نصري" حيث أعلن تمرده في بعض الأحيان على السقف العربي الرسمي المرسوم والمحظور السياسي فقد كان هذا الإعلام أقرب إلى لغة الشارع وانفعالاته وما يريد هذا أكثر مما هو أقرب من النظام السياسي حتى في المؤسسات التي لا تزال مملوكة رسمياً.

وفي نهاية حقبة التسعينات ومع تفجر الانتفاضة الثانية وما أطلق عليها انتفاضة الأقصى جرى تحول في بعض الإعلام العربي الذي لامس الواقعية من البحث والاقتراب من قضية الإنسان العربي وبذلك أصبحت الفجوة ما بين الإنسان العربي والإعلام قريبة جداً وخاصة في التعاطي مع المشهد الفلسطيني، ومن يتابع ما تبثه شاشات التلفزة العربية يجد ان المشاهد العربية اقتربت من بعضها حيث تشعر أنك أمام مشهد واحد واقتربت كذلك الشعارات وتوحدت حول المشهد الفلسطيني وكل ذلك أقلق صانع القرار الصهيوني والأمريكي للبحث عن أدوات للضغط على النظم السياسية العربية لتمارس دوراً قمعياً على الإعلام وتغيير مساراته وعندما فقدت النظم العربية بوصلة التأثير لجأت إلى إطلاق عدد من الفضائيات للتعبير عن مضمون الخطاب الأمريكي والصهيوني ما بلغة عربية كمحطات "سو" العربية، ....

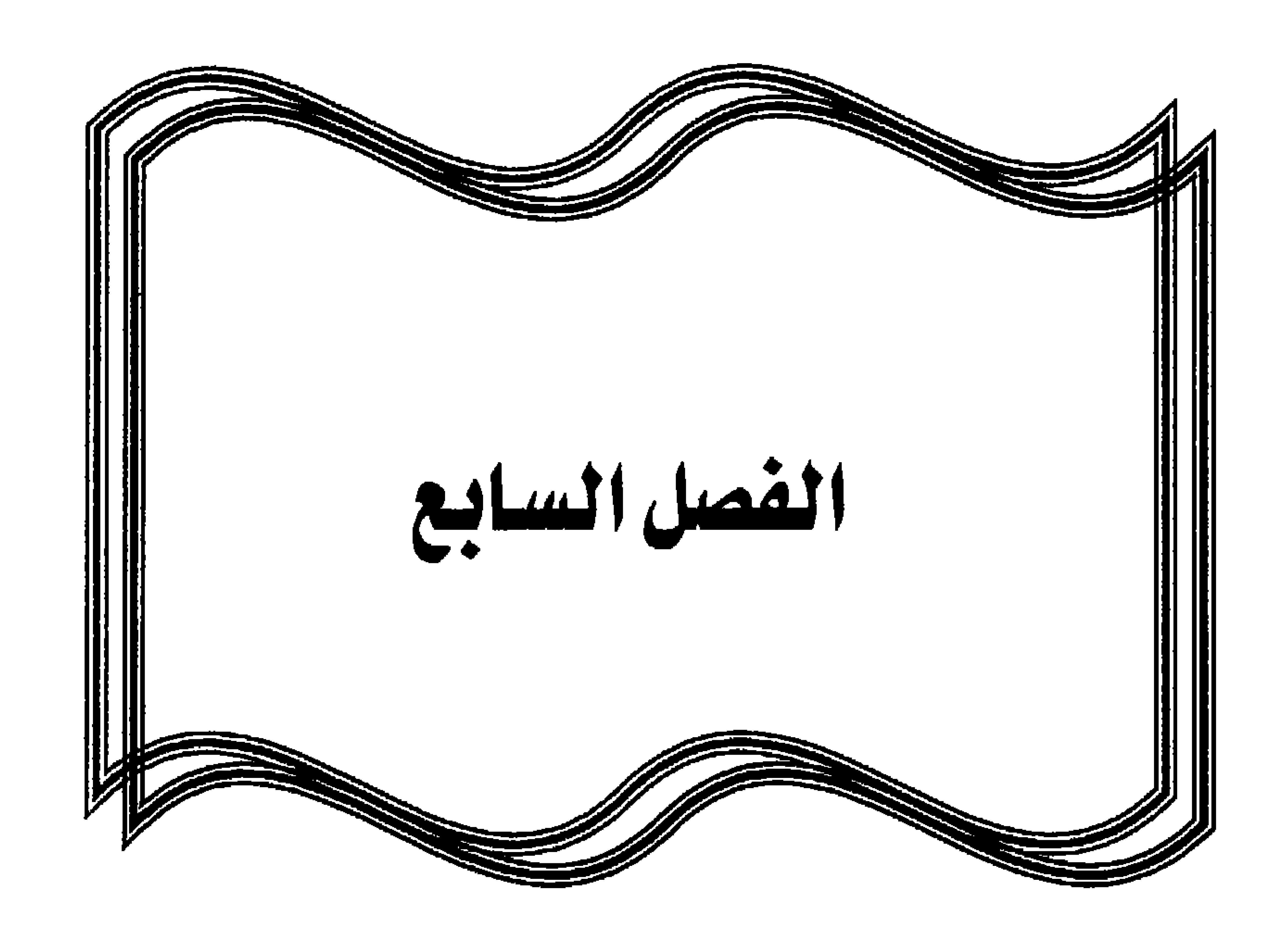
ان أهم انجازات الإعلام العربي المعلوم أي بعض نماذجه انه كشف مأساة الشعب الفلسطيني في المخيم والقطاع والضفة فقد دخلت التراجيديا الفلسطينية بكل ما تعنيه الكلمة من معاني فقد دخلت قائمة الشهداء إلى بيوتنا واختلط الدم الفلسطيني بدماء أمتنا أي ان بعض الإعلام العربي تمكن من إدارة شؤون الشارع العربي وكشف مطية النظم العربية، وتحول هذا الإعلام من إعلام للشجب إلى إعلام للتحريض.

ما يميز هذا المرحلة أي مرحلة حقبة التسعينات ان الإعلام العربي المعولم تمكن من تحقيق ما يلي:[1]

1) التمرد على الذات والخروج من المحظور ومن مخاطبة المكبوت السياسي لدى الفرد العربي بكل تجلياته.
2) كسر عنق الرقابة ولو نسبياً أي رقابة النظم الأمنية السياسية ورقابة الخوف وما أكثر المحظورات فتجاربنا الإعلامية العربية الجديدة أنشأت جيلاً جديداً من الإعلاميين الميدانيين وهذا كله بفضل قوة الحدث الفلسطيني الذي صار في مرحلة من المراحل هو مادة حية قد تكون في حجمها أكبر من قدرة بعض المحطات على استيعابها ثم انتقل ذلك إلى ساحات أخرى.
3) سقط مفهوم الإعلام الموجه من وراء المكاتب ومن تصاميم الأجهزة الرقابية والاستخبارية التي كانت تعم مفاهيم سياسية محددة حتى حيال القضية الفلسطينية.
4) سقطت مفاهيم الاعتماد على الوكالات الأجنبية بما تبثه وتلقنه.

1- مرجع سابق، ص 63- 64.

5) سقطت مفاهيم الرموز الإعلامية أو النجوم الإعلامية الكبيرة فأصبح المراسل الميداني هو النجم الحقيقي للمحطة وللحدث.



الفصل السابع

الصورة العربية في المجتمعات الغربية ودور اللوبي الصهيوني في ذلك

مقدمة: سنعالج في هذا الفصل الصورة العربية في الإعلام الغربي، حيث ان هذه الصورة ساهمت في تشويه الشخصية العربية في المحافل الدولية والسبب في ذلك سيطرة النفوذ الصهيوني على وسائل الإعلام الغربية وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، فنادراً ما تجد وسيلة إعلام أمريكية أو بريطانية أو فرنسية أو ألمانية تخلو من النفوذ الصهيوني، وقد تناولنا هذا الموضوع في الصفحات السابقة..

جذور تشويه الشخصية العربية في الأوساط الغربية:

اهتم الخبراء والمفكرون العرب بالصورة الذهنية التي انطبعت في العقلية الغربية ومرد ذلك الخبث الصهيوني لحرق الصورة الحقيقة عن العرب، والباحث لا يقر ان العرب هم منزهين أو هم شعب الله المختار فهناك ممارسات سلبية يمارسها العرب خلقت وطبعت مثل هذه الأجواء لكن الصورة العربية ترسخت لدى النخب في المجتمعات الغربية بان العرب هم دون مستوى المخلوقات البشرية، وقد تعرض العرب لتشويه حقيقي مبرمج بل وصل الأمر بالعقل الغربي إلى تصنيف العرب بانهم بمستوى القردة والكلاب!!!

ويتذكر الباحث وهو على مقاعد الدراسة في مرحلة البكالوريوس بان مدرس مادة الدعاية الإعلامية في كلية الصحافة والإعلام "د. هاشم السلعوس" أثناء ذهابه إلى ألمانيا للدراسة يروي انه أثناء ذهابه إلى إحدى دور الملاهي في أحد المراقص وأثناء تبادله للرقص مع إحدى الفتيات الألمانيات حيث قامت هذه الفتاة بتحسس المنطقة الخلفية والكلام "للسلعوس" فقال: لقد استغربت هذا الفعل المشين فصرخت الفتاة وقالت بالحرف الواحد لا يوجد لديك ذيل كذيل القرود والكلاب والحمير، فاستغربت أشد الاستغراب وحاولت إقناعها من الذي أقنعك بان للعرب ذيول كذيول الحيوانات والبهائم، فقالت هكذا علمونا في الكتب ووسائل الإعلام، والأدهى من

ذلك انه يوجد في ألمانيا أندية ليلية مكتوب على أبوابها ممنوع دخول الكلاب والعرب!!

نعود إلى جذور هذا التشويه عن العرب، فالموسوعة البريطانية تعرف الإنسان العربي بانه إنسان متوحش يعيش في خيمة أو بيت من الشعر يعج بعدد من النساء المحجبات أو المخمرات ويتمنطق خنجراً أو مسدساً أو سيفاً وهو لديه استعداد على قتل أخيه أو صديقه لأوهى الأسباب.

ان الصورة الذهنية عن العرب هي التي حددت طبيعة إخفاق العقل العربي في اختراق العقل الغربي فقد تبنى الأخير هذه الصورة، حيث ان تشوهات الصورة العربية لم تكن فقط في الوجدان الشعبي فحسب بل إلى النخب الغربية حيث كانت مذهلة ومرعبة في نفس الوقت.

فقد حظيت الشخصية العربية باهتمام الباحثين في الدراسات الاجتماعية والإعلامية والسياسية والنفسية ومدى ارتباطها وتأثيرها على السلوك الإنساني، وكذلك فهم وتفسير العلاقات بين الدول المختلفة، فقد اتضح ان عدداً كبيراً من صناع القرار لا يستجيبون للحقائق الموضوعية للمواقف بقدر ما يخضعون لتأثير ما لديهم من صور عن أنفسهم وعن العالم الذي يتعاملون معه، وهذا يعطي تصوراً مهماً جداً عن مدى ارتباط الصورة بالقرار فالصورة الذهنية تعرف بانها.[1]

الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن ان يكون له تأثير في حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وبغض

1- العلاقات العامة، د. جاسم وآخرون.

النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم أو يقدرون على أساسها.

ومن هنا فالصورة العربية تستحق الدراسة والتمحيص بما هو مكتوب ومنشور في وسائل الإعلام الغربية وخاصة الباحثين العرب الذين تلقوا تعليمهم في الجامعات الغربية حيث أطلعوا عن كثب على أساليب المعالجة الصحفية والإعلامية للقضايا والأحداث العربية وعبر سلسلة من العقود بلغت ذروتها وخاصة أثناء المواجهة العسكرية ما بين الصهاينة والعرب ورغم انخراط الباحثين العرب في الأوساط الأكاديمية الغربية الا ان مسح أدمغة النخب العربية أو العمل على تغيير صورة العرب باءت بالفشل حيث انه اذا ذكر العرب ستجد النتائج مذهلة ومرعبة بانهم "دمويون، فاشيون، إرهابيون" وان صورة الإنسان العربي في نظر صناع القرار بانهم دجالون وكذابون، وهم أعداء الحياة وأعداء الحداثة والإنسانية وأعداء السلام العالمي!!!

ويكشف لنا الباحثون العرب بان وسائل الإعلام الغربية عمقت تشويه الصورة العربية من خلال الاتهام والتشويه ليشمل الشخصية الإسلامية والعربية معاً وكل ذلك تهيأ للعقل الغربي المتوحش انه وضع على جدول أعمله بعد تفكيك وإنهاء الاتحاد السوفيتي بان يكون العدو القادم للعقل الغربي هم العرب والمسلمون حسب أطروحات صموئيل هنتجتون في كتابه "صدام الحضارات" وقد نفذت الولايات المتحدة وأوروبا حملات ضارية على المنطقة العربية والإسلامية "أفغانستان والعراق" ورافق الحرب العسكرية حرب إعلامية ودعائية حول شخصية العرب، وكل ذلك مرده إلى إدخال العرب في دائرة التبعية وزرع صدامات وصراعات إسلامية إسلامية ما بين بالكستان وأفغانستان وصراعات إسلامية عربية كما جرى ما بين العراق وإيران والآن تستعد الولايات المتحدة لخلق حرب إيرانية سعودية بعدما تمكنت من

تدمير العراق وتسليمه لقيادات مواليه لإيران، ناهيك عن خلق توتر ما بين العرب أنفسهم تمهيداً لإشعال أزمات داخل المجتمعات العربية والنظم العربية وخاصة ما يجري الآن لسوريا وما جرى لليبيا.

وتشير المصادر والدراسات إلى ان المفكرين العرب الذي سلطوا الضوء على جذور العداء للعرب وتشويه الشخصية العربية "د. يعقوب، د. السيد ياسين، د. ادمون غريب.

فقد سلط د. السيد ياسين وهو مفكر إستراتيجي في علم الاجتماع السياسي من تسليط الضوء على جذور الشخصية العربية من خلال الآتي:[1]

يعتبر السيد ياسين من أوائل المفكرين العرب الذين عالجوا الشخصية العربية والصورة العربية في كتابه الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر، فقد أشار إلى جذور هذه الصورة والمكونات التاريخية لها باعتبارها تعبيراً عن حالة من العلاقات المستقرة بين الحضارتين الغربية والعربية والإسلامية حيث جرت مواجهات عديدة بين العرب والغرب على مرّ التاريخ منذ ظهور الإسلام وبدء الفتوحات الإسلامية فقد نظرت أوروبا إلى العرب أبان الفتوحات الإسلامية باعتبارهم شعباً غازياً ومحتلاً خرج من الجزيرة العربية مبشراً بدين مغير لدينهم وناشراً، لحضارة جديدة، وبذلك بدأ تشكيل تشويه الشخصية العربية لدى الأوساط الأوروبية وهي بدايات جذور تشويه الصورة العربية.

ثم جاءت مرحلة الحروب الصليبية الكلاسيكية وتلتها مباشرة الصليبية الجديدة أو النيو صليبية، وقد بدأت مع مطلع القرن التاسع عشر حينما احتلت دول أوربا العالم العربي والإسلامي وتقاسمت الدور "بريطانيا، فرنسا، أسبانيا" وزادت الصورة توحشاً عندما قدمت أوروبا أرض فلسطين على طبق من ذهب للصهاينة.

1- الإعلام العربي المشترك، د. تيسر أبو عرجة، ص 112- 113.

كما وتقدم الصفوف الفكرية حول الشخصية العربية الباحث د. ميخائيل سليمان في كتابه صورة العرب في عقول الأمريكيين حيث يعتبر من أبرز الرواد الذين تناولوا الصورة الذهنية الغربية عن العرب، فقد أجرى دراسات معمقة للصحافة الغربية خلال العدوان الثلاثي لمصر عام 1956 وكذلك حرب حزيران 1967، فقد توصل بالقول إلى انحياز الموقف الأمريكي والغربي لإسرائيل والعداء للعرب والمسلمين، وقد شملت التشوهات الغربية إلى منظومة العادات والتقاليد والتراث الإسلامي والتاريخ والقيم الإسلامية.

الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية:

قبل ان نستعرض الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية لابد وان نشير إلى ان كراهية الأمريكيين للعرب ليس من بوابة الإعلام فحسب بل بدأت من بوابة المناهج المدرسية الأمريكية وهي الأخطر على النشء الأمريكي وتشير المصادر إلى ان باحثين عرب وأمريكيين قد أجروا سلسلة من الدراسات العلمية لمعرفة اتجاهات طلبة المدارس الأمريكية حول العرب وأبرز هذه الدراسات ما يلي:

1) **الدراسات العلمية:** وهي أول دراسة منهجية تتصدى بالكامل للصورة العربية في الكتب المدرسية الابتدائية الأمريكية فقد كتبت هذه الدراسة لتكون رسالة ماجستير بجامعة ولاية أوهايو عام 1956 وشملت الدراسة تحليل 58 كتاباً مدرسياً يستخدمها المدرسون في الصفوف الابتدائية من رياض الأطفال حتى الصف التاسع، وقد توصل الباحث العلمي بالقول ان هذه المناهج ركزت على الأوضاع العربية البدائية دون التركيز على التطور الذي تشهده الساحة العربية، كما وبين ان هذه المناهج أخذت موقفاً عدائياً من العرب

والمسلمين من خلال تشويه صورة الإسلام بانه دين إرهاب وليس فكرة وفلسفة ومعاملة.

2) **دراسات الشرق الأوسط:** فقد كشفت الدراسات ان تغطية المناهج التعليمة في الولايات المتحدة عن الوطن العربي كانت تغطية مشوهة وقاصرة وغير دقيقة وسلبية في معظمها حيث تصف العرب بانهم متخلفون وان حياتهم مرتبطة بالصحراء والخيمة والعباءة السوداء وان هذه الصورة يتحملها الإعلام العربي.[1]

الصورة العربية في الإعلام الأمريكي:

ان تعبير وسائل الإعلام الأمريكية يشمل كافة وسائل وشبكات الاتصال، ففي الولايات المتحدة أكثر من ألفي صحيفة يومية وثمانية آلاف صحيفة أسبوعية واحد عشر ألف مجلة، وفي السنوات الأخيرة زاد عدد المجلات الكبرى، كما زاد توزيعها، وهناك سلاسل صحفية تضم أعداد كبيرة من الصحف والمجلات داخل المجموعة الصحفية الواحدة.[2]

ومن جهة أخرى ساهمت مجموعة من العوامل في تغذية جذور العداء للعرب في أمريكا للأسباب التالية:

أولاً: الإيديولوجية المعادية للإسلام والتي انطلقت من القرون الوسطى.

ثانياً: عنصرية عصر الامبريالية.

ثالثاً: الدعاية الصهيونية للعرب.

رابعاً: المسلك العربي نفسه.

1- لمزيد من الاطلاع انظر السياسية الأمريكية والعرب، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، من ص 236- 242.

2- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 114 ولمزيد من الاطلاع انظر من 114- 117.

هذا وقد اعتبر عدد من المفكرين العرب ان جذور العداء يعود إلى مجموعة من الأسباب فعلى سبيل المثال فالمفكر السيد ياسين يحمل الإعلام العربي مسؤولية ذلك قائلاً:[1]

1) ضعف الإعلام العربي.
2) سيطرة الإعلام الصهيوني على الرأي العام الأمريكي.

ومن جهة اعتبر د. ادمون غريب ان التغطية غير الموضوعية التي تقوم بها وسائل الإعلام الأمريكية تؤدي إلى خلق صورة غير واقعية ومشوهة للعرب وقضاياهم في أذهان الكثيرين من الأمريكيين، وذكر الأسباب التي جعلت وسائل الإعلام الأمريكية تفشل في تقديم شؤون الشرق الأوسط بإنصاف وموضوعية وعلى النحو التالي:[2]

1) الجهل والتحيز الثقافي الذي يعود لأسباب تاريخية ودينية.
2) الثقة شبه العمياء للأمريكيين بأجهزة الإعلام بشكل عام والإعلام الأمريكي بشكل خاص.
3) الجهل بتاريخ وأصول الصراع العربي الإسرائيلي.
4) القوى الموالية لإسرائيل والمتغلغلة في الإعلام الأمريكي والتي تتسم بالتنظيم القوى والخلافات المستمرة ما بين الدول العربية والتي تعطي الصورة السلبية عن الوطن العربي.
5) فشل العرب في فهم وسائل الإعلام الأمريكية وكيفية التعامل معها ومعرفة أهمية الإعلام والعلاقات العامة.

1- الإعلام العربي وتحديات الحاضر والمستقبل، د. أبو عرجة، ص 119، ولمزيد من الاطلاع انظر من ص 119- 150.

2- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 170- 171.

الصورة العربية في وسائل الإعلام الأوروبية:

اعتبر عدد من الباحثين العرب إلى ان الصورة العربية في الصحافة الأوروبية اتسمت بالتشويه والانحياز إلى إسرائيل، فقد أشار د. سامي مسلم في كتابه صورة العرب في الصحافة الألمانية إلى أساليب الهجوم على الشخصية العربية التي تشن في الصحف الألمانية، وقال ان الصورة العربية في الصحف الألمانية جاءت على النحو التالي:[1]

1) ان الإنسان العربي إنسان جبان ومتخلف ورجعي ولم يكن جندياً جيداً.
2) الجندي العربي انهزامي وجبان أمام الجندي الصهيوني.
3) الجندي العربي يجهل التكنولوجيا والتقنية الحديثة.
4) الإنسان العربي يحلم كثيراً وشخصيته خيالية يحب النوم والإكثار من تناول القهوة.
5) يميل الإنسان العربي إلى الإرهاب بالمقابل امتدحت الصحافة الألمانية الشخصية الإسرائيلية فاعتبرتها شخصية شجاعة وان إسرائيل رغم صغر حجمها ومساحتها فهي قوية وشجاعة أمام التوحش العربي.

كما ان الجيش الإسرائيلي أفضل جيش في العالم وهو قطعاً أفضل من الجيش العربي تنظيماً وتسليحاً ويتمتع بمعرفة جيدة ولديه اطلاع على التقنية الحديثة بل ويمتلكها ويصيغها.[2]

كما وعرف د. حلمي الساري في كتابه صورة العرب في الصحافة البريطانية قائلاً ان الصحف التي أجريت عليها الدراسة أعطت عرضاً عن الثقافة البريطانية والمجتمع البريطاني على الرغم من انها ذات مواقف مختلفة

1- مرجع سابق، ص 171- 172.

2- مرجع سابق، ص 150- 151.

في التحرير ولها قراء مختلفون ولكنها عكست "باستثناء جريدة المورننغ ستار" إلى حد ما تحيزاً ثقافياً ذا استعلاء عرقي وقد تركز هذا الاستعلاء العرقي حول المصالح البريطانية الاقتصادية منها والسياسية في المشرق، ومن الناحية السياسية كان الخطر السوفيتي باعتباره خطراً يهدد النفوذ السياسي والاقتصادي للغرب في المشرق فقد كان بارزاً في الصحف ولاسيما "الديلي اكسبرس"، كما ظهر النفط ظهوراً جلياً فيما يتعلق بالمصالح الاقتصادية الغربية عامة والبريطانية خاصة.(1)

ويضيف د. الساري بالقول ان الصحف لم تقتصر فقط على عرض إساءة عرض أخبار الوطن العربي بل انها وبشكل أكثر تأكيداً وربما أكثر خطراً أبقت شرائح كبيرة من قرائها على جهلهم وتخبطهم فيما يتعلق بالتطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي والتعليمي الذي يمر به عدد من الأقطار العربية وأشار إلى ان صحيفة التايمز قد تطرقت بشكل استثنائي إلى بعض المشاريع والتطورات الجارية.(2)

الصورة العربية في الكتب المدرسية الأوروبية:

ليست وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري فقط من تقوم بتشويه الشخصية العربية في أوروبا فحسب بل المناهج المدرسية فقد ساهمت في تأجيج صورة العرب وتشويه سمعتهم، فقد أشار عن هذا الواقع الباحثة "مارلين نصر" في كتابها صورة العرب في الكتب المدرسية الفرنسية فقد توصلت إلى نتائج مماثلة، كما تحاول وسائل الإعلام الخاصة الحاقة بالشخصية العربية وتقول ان هناك سمة ثابتة في الروايات والمجابهات التاريخية ففي جميع الحالات يكون العنصر العربي هو البادئ

1- مرجع سابق، ص 150.

2- مرجع سابق، ص 151.

بالعدوان المتسبب به وتنتهي هذه العلاقة التي تقوم على المجابهة والتبعية بهزيمة العرب وفشلهم بانتصار الفرنسيين في جميع الحالات سواء في القصص التاريخية أو في القصص الأدبية الفرنسية.[1]

واعتبرت الباحثة "مارلين" ان صورة العرب في المناهج المدرسية جاءت على النحو التالي:[2]

1) العرب جامدون.
2) بطيئون في العمل.
3) حالمون مطيعون لرؤسائهم.
4) يهربون أمام المخاطر.
5) يقبلون الاتهامات الباطلة دون دفاع عن أنفسهم.
6) قدريون يؤمنون بالنصيب.
7) يحلمون بالهرب إلى عالم خيالي ينتمي إلى الماضي هذا وتعتبر الباحثة ان المناهج الفرنسية أعلت من شأن الشخصية الفرنسية فهي الأعلى مقاماً وتسود الفعالية سلوكهم ويتمتعون بقدر أكبر من الحركة والسيطرة والشجاعة والواقعية ويواجهوا المصاعب ولا يهربون أمامها ويتغلبون عليها.[3]

والسؤال الذي يطرح نفسه اين الإعلام العربي وأين المفكرون العرب؟

لقد سعى عدد كبير من المفكرين للتصدي إلى الهجمة الأمريكية التي تستهدف العرب والمسلمين في الغرب وعلى رأس هؤلاء المفكر فهمي هويدي الذي اعتبر ان الغرب دائماً غير راضٍ عنا، ولذلك علينا ان نعترف انه ومنذ قرون ونحن

1- الإعلام العربي، أبو عرجة، ص 152.

2- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 172- 173.

3- مرجع سابق، ص 152.

نجد الغرب يقف ضدنا وغير راضٍ عنا ، وأضاف متسائلاً نعم يهمنا ان تكون صورتنا كعرب جيدة في نظر الآخرين واعتقد ان صورتنا ستكون جيدة شرط ان نتمكن من خلق نموذج جيداً خاص بنا ، بعبارة أخرى انا غير مسؤول عن ما يقوله الغرب عنا بقدر ما أنا مشغول بماذا سيفعل الناس هنا بالداخل وسوف افترض اننا أعلنا اننا دولة علمانية هل ستكون صورتنا جيدة في هذه الحالة ، هل ان الغرب سيكف عن عدائه لنا ، هذا ما أشك فيه.(1)

كما واعتبر المفكر والمؤرخ الأردني د. عدنان البخيت اننا كعرب نتحمل جزءاً من المسؤولية ، وقد عزا ذلك إلى تصرفات البعض في بعض الدول العربية والإسلامية وخاصة بعض القوى السياسية الأفغانية وتصرفات رؤساء العشائر في الصومال والأحداث التي جرت في الجزائر ناهيك عن التخبط الذي تشهده الساحة العربية.

ومن جهة أخرى أشار الكثير من المتهمين بتحسن الصورة العربية في الغرب إلى ان المسلك العربي نفسه يعطي تلك الرسائل مادة تبني عليها منطلقاتها العدائية كما ان الكثير من العرب يتطوعون دائماً بدوافع طائفية ومصلحيه لنقل كل ما يسيء إلى الأمة إلى وسائل الإعلام الغربية ولعلنا ندرك طبيعة التناول الطائفي لشؤوننا العربية والتركيز على النواحي الطائفية والمذهبية في سياق الأخبار المنشورة والمذاعة ، ونستطيع اذا ما توفر لدينا الحس العربي الصادق ان نحرم تلك الوسائل من هذه الفرص التي نمنحهم إياها طواعية للإساءة إلينا وشق صفوفنا.(2)

1- مرجع سابق، ص 153.

2- مرجع سابق، ص 153- 154.

أين التحرك العربي في الغرب:

لقد سعت الشخصيات العربية إلى مواجهة الهجمة الغربية على العرب وبذلت جهوداً مضنية لمواجهة الهجوم الإعلام الغربي، فقد سعى السيناتور الأمريكي السابق اللبناني الأصل "جيمس" عام 1980 إلى تأسيس لجنة أطلق عليها اللجنة الأمريكية العربية لمكافحة التمييز العنصري ضد العرب لمواجهة الهجوم الإعلامي الغربي على الشخصية العربية عامة والعرب الأمريكيين خاصة، باعتبارهم امتداداً حضارياً وثقافياً للأمة العربية ويتبع اللجنة معهد للأبحاث يقوم بنشر وتصحيح المعلومات حول المسائل التي تهم العرب بشكل عام والأمريكيين من أصل عربي بشكل خاص.

وترى أوساط عربية ان الحل يكمن في تحسين الصورة العربي من خلال الآتي:[1]

1) ان ينشط الإعلام العربي الخارجي وان يوظف كافة إمكانياته ووسائله للدفاع عن الشخصية العربية والتأكيد على عمق إنسانيتها وحضارتها.
2) ان تقام أوثق العلاقات مع قيادات الرأي العام العالمي وعلى كافة الأصعدة.
3) ان يثبت العرب دائماً انهم جديرون بالدفاع عن قضاياهم وان يتمسكوا بأسباب القوة.
4) ان يتمسك العرب بقيمهم وعاداتهم الأصلية وان لا تخدعهم القشور الزائفة من حضارة الغرب المادية.

هذا وبالتالي يقودنا إلى دراسة علاقة العرب بالرأي العام الغربي، من منطلق ان أهمية الرأي العام تكمن في انه يحدد موقف الدولة والشعب من أي أمة من الأمم وان وسائل الإعلام ساهمت في الاطلاع على مكونات الرأي العام، وهنا تكن أهمية

1- مرجع سابق، ص 154، مرجع سابق، ص 173.

الإعلام ودوره في حياة الفرد والمجتمع والأمة وفي الشأن الداخلي لأي شعب وفي علاقاته بالشعوب الأخرى.

ومن هذا المنطلق فان أردنا معرفة اتجاهات الرأي العام الغربي والسعي لاختراقه علينا ان نعيد النظر في الفلسفة والسياسة الإعلامية العربية، بل وعلينا ان تتعرف على أهمية الإعلام وندرك خطورته ودوره في خدمة قضايانا خاصة وأننا الآن في هذه المرحلة ننتمي إلى مجموعة الدول التي يطلق عليها بدول الأطراف ولسنا أقطاباً دولية مهمة ولذلك فان الإعلام يتيح لنا إثارة قضايانا وما أكثرها من فلسطين والعراق، ولذلك لابد من أشراك الإعلام ووسائل الاتصال الأخرى في تحسين صورتنا لدى المجتمعات الغربية ما أمكن، ومن الأهمية بمكان ان يكون لدينا خطاب إعلامي مشترك لنتمكن أولاً من تسويق قضايانا واختراق الحواجز والمعيقات التي تسعى لان تبقى الصورة العربية مهزوزة ومشكوك فيها، خاصة وأننا كعرب تعرضنا إلى هزائم ومصائب كبيرة جداً فمن نكسة 1948 إلى ما شاء الله مازلنا تتعرض الأمة العربية إلى هزات ونكسات متلاحقة، وهذا انعكس على التلاحم الشعبي والوطني وأتاح المجال أمام القوى المتربصة بالعرب للامعان في تشويه الصورة العربية بل وأعطى وسائل الإعلام الصهيونية ذخيرة حية تستخدم ضدنا في الغرب.

ان الإعلام العربي مطالب اليوم وأكثر من أي وقت مضى بان يكون إعلاماً حضارياً شاملاً يهتم بنقل صورة إيجابية ويدافع عن حقوق الأمة العربية ولذلك فان الإعلام العربي وخاصة الإعلام العربي المشترك ان يسعى جاهداً لتنفيذ عدد من النشاطات والفعاليات وان ينشط في الأوساط الغربية وعلى النحو التالي:[1]

1- مرجع سابق، ص 168- 169.

أولاً: الدور الإعلامي للسفارات العربية في الخارج: ويتدرج تحت من الدور الأدوار التالية:

1) ضرورة وجود ملحق إعلامي بكل سفارة أجنبية يستطيع ان يعد النشرات والبيانات ولديه القدرة في الكتابة بالصحف وتقديم الأحاديث الإذاعية وإقامة الحفلات وخاصة في المناسبات القومية والأشراف على إقامة المعارض الفنية ودعوة المفكرين والكتاب والمفكرين والشعراء العرب لتقديم الندوات والمحاضرات التي توجد بها السفارات العربية.

2) دعوة كبار الكتاب والمفكرين الغربيين لزيارة العواصم العربية وإلقاء المحاضرات في البلاد التي توجد فيها هذه السفارات العربية.

3) التأكيد على أهمية التنسيق ما بين السفارات العربية في العواصم الأجنبية لرسم السياسات الإعلامية المشتركة والاتفاق على المنطلقات الإعلامية التي تؤكد سلامة هذه المنطلقات وقوتها وعدم وقوعها في التناقض.

4) أهمية الأحاديث الصحفية التي يجب على السفراء العرب الإدلاء بها للصحف المحلية في العواصم التي يتواجدون فيها، وذلك في مختلف المناسبات ولتوضيح الحقائق حول المواضيع المثارة سياسياً فيما يخص الأمة العربية.

5) إلقاء المحاضرات بالجامعات والمعاهد والمحافل المختلفة في العواصم التي يتواجدون بها.

ثانياً: الدور الإعلامي للطلبة العرب وذلك من خلال الآتي:[1]

1) القيام باتصال وثيق ما بين سفارتنا والطلبة في الخارج لاطلاع الطلاب على حقيقة ما يجري في الوطن العربي وتسليمهم بالإمكانات المعرفية التي يردون بواسطتها على الظلم والاهانات في وسائل الإعلام الغربية.

1- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 175- 176.

2) تزويدهم بالأدوات الإعلامية من بيانات ونشرات ومطبوعات لتوزيعها على الطلبة العرب والأجانب في الجامعات العربية.

3) تذليل العقبات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة أمام هؤلاء الطلبة لكي يقدروا نسبياً على القيام بالدور الإعلامي المطلوب.

4) تعيين البعض منهم بعد تخرجهم مراسلين صحفيين أو قناصل أو ملحقين في البلدان الأجنبية التي عرفوها جيداً وأجادوا لغتها وأصبحوا على دراية بعادات شعوبها وتقاليدها.

ثالثاً :الدور الإعلامي للمغتربين في الخارج: لكي يقوم المغتربون العرب بدورهم الإعلامي كما يجب على الجهات المعنية في البلدان العربية القيام بما يلي:[1]

1) اطلاعهم على حقيقة مجريات الأحداث السياسية التي يشهدها الوطن العربي حتى لا يكونوا عرضة لسموم الدعاية الأجنبية وتزويدهم بالوسائل الكفيلة بقيامهم بالمهام الإعلامية في أماكن تواجدهم، وكذلك دعمهم بالمال لإنجاز هذه الأهداف الإعلامية.

2) محاولة دعم القيادات السياسية والاجتماعية والفكرية لهذه الجاليات وإبرازها في وسائل الإعلام العربية وتشجيعها على القيام بدور إعلامي وريادي حيث تتواجد.

رابعاً: المعارض: ان المعارض تأتي على عدة أشكال وأبرزها:

1) المعارض الدائمة.

2) المعارض الموسمية.

3) المعارض المرتبطة بالمناسبات.

1- مرجع سابق، ص 176.

ولذلك يجب العمل على استغلال عرض المنتوجات الوطنية واللوحات الفنية التراثية التي تعبر عن عراقة الإنسان العربي أو عرض اللوحات التشكيلية المعبرة عن ألوان الحضارة أو الكتب والخرائط المعبرة عن المعالم المشهورة والآثار التاريخية على الاهتمام بها وزيارتها.

خامساً: المكتبات: بحيث تقام في الدول الأجنبية على نحو يستطيع المواطن الأجنبي ان يضطلع على الإنتاج الفكري العربي في كافة الميادين المعرفية.

سادساً: مراكز البحث العلمي: توجد هذه المراكز في الجامعات المختلفة وبعضها يعمل بشكل مستقل عن الجامعات، كما يوجد العديد من المراكز ضمن وحدات علمية خاصة بالشرق الأوسط، ولذلك يجب العمل على تعزيز الدور الإعلامي لهذه المراكز من خلال الآتي:

1) تشجيع التعاون بين الجامعات العربية ومراكز الأبحاث في الجامعات الغربية.
2) تبادل المعلومات والأبحاث والدراسات العلمية.
3) تبادل المحاضرين والأساتذة الزائرين الذين يستطيعون إلقاء الأضواء على الكثير من الأحداث.
4) مدّ المراكز العلمية الأجنبية بالدراسات التاريخية.
5) مدّ الجامعات الغربية بالدوريات والمجلات العربية المتخصصة بنشر البحوث والدراسات العلمية السياسية والتاريخية.[1]

1- الإعلام العربي، د. تيسير أبو عرجه، ص 168- 182.

والسؤال المطروح:

ما السبل لتغيير صورة العرب في وسائل الإعلام الغربية وتغيير اتجاهات الرأي العام العالمي؟

مطالب الإعلام العربي ان يعيد النظر بحساباته ويعيد النظر بآليات عمله حيث مطلوب منه ان يرتبط ارتباطاً مع المجتمع ويسعى للتصدي للهيمنة الغربية من خلال أهداف واضحة ومحددة يتمكن من خلالها القيام بدور هام في تنشئة الأجيال القادمة لتكون مصدر للتقدم ودعامة للتصدي في خضم الصراعات والتحديات الفكرية والحضارية التي يواجهها الوطن العربي وخاصة ان يحمل ناحية التكنولوجيا والتقنية الإعلامية المتطورة، فقد أصبح الإعلام الحديث يعتمد على الإقناع وليس الإنشاء ويجب ان يبتعد عن الارتجال وان ينهج النهج العلمي الدقيق من منطلق ان العملية الإعلامية بما هي عليه من الصعوبة بمكان بحيث أصبحت تستلزم مجموعة من الشروط المنهجية في مجال التخطيط والبرمجة وأساليب التنفيذ وتوجيه الرسائل.[1]

ومن هنا فالعالم العربي هو بأمس الحاجة بان يصل صوته إلى صناع القرار وليس إلى التباكي داخل الدول العربية وان الدخول إلى عقل صناع القرار ورجل الشارع معاً لا يمكن ان يتحقق في ظل الرغبة الجامحة نحو التنافس الداخلي فقط ومحاولات الابتزاز.

والباحث يتمنى لو أن الكم الهائل من الفضائيات العربية ومحطات الإذاعة والتلفزة ذات الإمكانيات الهائلة والطاقم المتميز تمكنت من مخاطبة الآخر أكثر من الداخل.

1- الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. الصقر، ص 141.

ان العرب مقتنعون بشرعية قضاياهم الجوهرية والعرب عموماً أقل فاعلية في صناعة القرارات الدولية حتى تلك المتعلقة بمصيرهم وقضاياهم فلماذا لا نزال نصر على الخطاب المحلي الداخلي وفي وقت ينبغي التوجه نحو الخارج.

فأمريكا على سبيل المثال لديها إعلام أمريكي ناطق باللغة العربية كقناة الحرة وإذاعة صوت أمريكا وسوا، وترصد له المبالغ الكبيرة تجاوزت 150 مليون لتقديم خدمات إعلامية بلسان عربي وبفكر غربي أمريكي، لتخاطب العرب بينما لا يزال الإعلام العربي يعيش غمرة الانفعالات العاطفية ومع ذلك لا يمكن ان نتناسى البرامج التي تبثها قناة الجزيرة والعربية فقد كشفت الجزيرة بالذات عن حجم الفضائح الصهيونية والأمريكية في العراق وفلسطين ولبنان.[1]

ان تغيير صورة العرب في العالم يقتضي أولاً أصلاح خطابهم والاعتماد على أنفسهم، وان النهوض بالصورة العربية الصحيحة في العالم أجمع يعتبر ظاهرة حضارية وإنمائية أكثر منها دعائية أو علاقات عامة وهي في معناها العميق التحام العرب بالعالم المعاصر وسبيلهم إلى هذا الأمر مرهون باستحداث وكالة أنباء عربية عالمية تكون هي المدخل إلى ذلك وربما الاعتماد على تصحيح الصورة يعتمد على النشاط الذي تقوم به شركات العلاقات العامة والتعاون ما بين الإعلام القطري والإعلام العربي المشترك.[2]

ان إصلاح الإعلام العربي وخطابه قبل ذلك يستوجب ولادة خطاب إعلامي معقلن ويتطلب استعداداً موضوعياً لرسم إستراتيجية إعلامية عربية

1- الإعلام المقاوم، بسام المشاقبة، ص 67.

2- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 179- 180.

تفـرض وجودهـا وسـط العواصـف ووسـط الإسـتراتيجيات وعلـى رأسـها الإستراتيجية الصهيونية والتي تعتبر نفسها ذات القوة والنفوذ كمقولة الجيش الإسـرائيلي "بانـه الجـيش الـذي لا يقهـر" فقـد تبنـت إسـرائيل هـذا الخطـاب الدعائي على ضوء حروبها المتلاحقة وخاصة حروب 1948، 1967، 1982، ولذلك نشط الإعلام الصهيوني في تضخيم صورة إمبراطورية إسـرائيل وتضخيم الفلسفة والإيديولوجيات الصهيونية وتقليل قيمة بل والحط من قيمة الزعامات العربية منها هو "إسرائيل شـاحاك" الإعلامـي والإستراتيجي يقـول عن إسـرائيل انها تحولت إلى دولة يهودية يساندها الحكام العرب كخدم وعمال.



الفصل الثامن

نماذج من التغلغل الإعلامي الصهيوني في الغرب

خلال الصفحات السابقة تناولنا أبرز أدوات ووسائل الصهيونية لتحقيق أهدافها، وأهم هدف حاول الصهاينة الوصول إليه هو خلق حليف أو حلفاء إستراتيجيين في العالم، وأطلقنا عليه الأنصار، ومفهوم الأنصار هم الأصدقاء الحلفاء الذين يدافعون عن المشروع الصهيوني ويتبنون أهداف الصهيونية العالمية.

ومن هنا فاننا في هذا المدخل سنركز على النفوذ الصهيوني في الدول الامبريالية التي حكمت العالم الجديد بدأً من فرنسا، وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وسوف نركز على نفوذ اليهود الصهاينة في الولايات المتحدة حيث تحولت الولايات المتحدة إلى مطبخ لصناعة القرار الدولي بشكل عام والصهيوني بشكل خاص، والأهم من ذلك دور الصهيونية في تمكين الولايات المتحدة من الاستمرار والسيطرة والهيمنة والغطرسة وخاصة بفضل اللوبي الصهيوني الذي نشط في الساحة الأمريكية وأصبح يتحكم بكل مفاصل الدولة الأمريكية ابتداء من الإعلام إلى السياسية الخارجية إلى الدفاع....

اللوبي الصهيوني في فرنسا:

مفهوم اللوبي الصهيوني: تشير المصادر إلى ان مصطلح اللوبي الصهيوني عبارة عن مجموعة الضغط أو الاندماج الطوعي بين الأفراد أو التحالف الاستراتيجي الحر بين الأفراد وجماعات تعمل بشكل منظم التوجيه سياسة جماعة أو حزب أو حكومة أو دولة.

نشأة العلاقات الفرنسية الصهيونية: بدأت العلاقات الفرنسية اليهودية منذ عهد نابليون حيث بدأ كما أشرنا بالتقرب من اليهود الفرنسيين مع بداية الحملة التي قام بها إلى مصر، فقد بدأ يتملق لليهود في إشارة لإحدى الصحف الفرنسية الرسمية في عددها الصادر 1799/4/20 حيث دعا اليهود للانضمام إلى الجيش الفرنسي للمشاركة في الحملة الفرنسية إلى مصر والمتجهة أصلاً إلى احتلال فلسطين والسيطرة على الأماكن المقدسة ولكن هذا الحلم تحطم بسبب هزيمة

نابليون على أسوار عكا التي قاومته مقاومة شرسة بقيادة أحمد باشا الجزار وكانت هذه آخر معارك الإمبراطورية الفرنسية في الشرق بعدما تعرضت لهزيمة ساحقة قبل ذلك على يد الاستعماريين الانجليز.

وتشير مصادر التاريخ السياسي المعاصر ان أول تشكيل يهودي في فرنسا كان في عهد الإمبراطور الفرنسي نابليون حينما انعقد في السادس من تموز 1806 أول مؤتمر لليهود الفرنسيين شارك فيه 75 من زعماء اليهود من بينهم 45 حاخاماً حيث تم انتخاب "ابراهام فررتارو" رئيس الجمعية اليهودية التي تأسست في أعقاب المؤتمر، وفي عام 1808 أصدر نابليون مرسوماً إمبراطورياً بتشكيل منظمة الجمعية المركزية الإسرائيلية لفرنسا والجزائر ولم تلبث ان تطورت إلى اتحاد ثقافي في عام 1906 وتتركز نشاطاتها حالياً على الهيمنة على التعليم اليهودي في فرنسا والبلدان الناطقة بالفرنسية وترأس المنظمة البليوتير اليهودي البارون "الآن دي روتشيلد" الذي توفي عام 1982 ويضم مجلس إدارتها حاخام اليهود الأكبر في فرنسا.[1]

وفي عام 1860 تمكن اليهود من تأسيس الرابطة الإسرائيلية العالمية في فرنسا وتمكنوا من إيصال اليهودي "ادولف كريمحيه" إلى منصب وزير العدل، وخلال فترة وجيزة تمكن اليهود عام 1899 من تأسيس الاتحاد الصهيوني وتلاه تأسيس المجلس التمثيلي ليهود فرنسا في باريس عام 1944 على يد اليهوديين الفرنسيين "جاك هليبرونر وليون ما بين".

ومن جهة أخرى فقد بلغ النفوذ الفرنسي قوة أوجه على الرغم من أن اليهود ينفون ذلك لكن قيادات المجتمع الفرنسي وعلى رأسهم الفرنسي "فيردنيا لدرين" أطلق صرخته المدوية عندما قال: ان فرنسا أصبحت مستعمرة يهودية ولم يعد للفرنسيين أمامهم إلا التخلص من اليهود، لكن هذه الصرخة لم تأت ثمارها فقد بلغ من نفوذ لوبيات الصهاينة في فرنسا حيث تمكنوا من إيصال اليهودي الصهيوني

1- السيطرة الصهيونية على وسال الإعلام العالمية، زياد أو غنيمة، ص 153- 154.

"ليون آمون" إلى منصب وزير الإعلام في عهد الجنرال "ديغول" كما تمكنوا من تسريب عدد من اليهود إلى مواقع مؤثرة داخل قصر الالزية حيث أوصلوا أحدهم في منصب مستشار للرئيس متيران ويلحق مكتبه مكتب الرئيس وهو اليهودي "جاك اثالي"، وقبل ذلك أسس اليهوديان الفرنسيان "جاك – هيلبروند وليون ماييس" المجلس التمثيلي ليهود فرنسا في باريس ويترأس المجلس "د. فيدال موريانو" ويشغل منصب الأمين العام "اوجين ويل".

وفي عام 1968 وجهت حكومة الكيان الصهيوني نداء إلى يهود فرنسا لتجميع قواهم وتوحيدها في تنظيم واحد من خلال تأسيس مجلس النداء الموحد وينص نظام المجلس عل ان هدفه الرئيسي هو كفالة مساعدة يهود فرنسا للكيان الصهيوني، وبذلك تمكن اليهود من أحكام وجودهم في فرنسا وخاصة بعد ان تمكنوا من تأسيس منظمة الأحياء اليهودي التي يترأسها المحامي الفرنسي "هنري هيدنبرغ" التي اعتبرت من أنشطة جماعات الضغط الصهيونية على الساحة الفرنسية، وقد نظمت هذه المنظمة مسيرة ضخمة تأييداً للرئيس الفرنسي جيكار –ديستيان" وفي عام 1981 عقدت الجمعية اليودية العمومية في فرنسا برئاسة البارون روتشليد اجتماعاً أعلنت فيه شروطها التي تشترط على المرشح الذي يطلب تأييدها، وكان أول الشروط إدخال مادة تاريخ الشعب اليهودي في برامج التعليم الفرنسية وبنوع خاص الفصل المتعلق باضطهاد اليهود في عهد النازية.[1]

فرنسا ومعاداة السامية:

نشط الصهاينة في فرنسا وخاصة في مواجه كل من يهدد السامية، ففي عام 1939 صدر قرار من الحكومة الفرنسية بضغط من النفوذ الصهيوني في

1- مرجع سابق، ص 154- 155.

فرنسا وقد أذاع البيان أمين عام الرئاسة "ميرباعام مانديل" وهو يهودي من أصل فرنسي فقد نص القرار على ما يلي:

1) تغريم كل من يعتدي على يهودي بعشرة آلاف فرنك.
2) السجن لمدة عام كامل، بينما المواطن الفرنسي الغير يهودي يغرم الفي فرانك فقط وسجين ستة أشهر.

ومن خلال هذا القرار برزت جماعات الضغط الصهيونية في فرنسا وبرزت إلى حيز الوجود " العصبة العالمية لمناهضة السامية "كواحدة من أنشطة الجماعات اليهودية في فرنسا، وقد نشر المفكر الفرنسي "روجيه جارودي، مع اثنين من رجال الكنسية الفرنسية بياناً مدفوع الأجر في صحيفة "لوموند في 11 حزيران 1982 يستنكرون فيه الجرائم الصهيونية في لبنان فقد رفعت العصبة دعوى قضائية ضد جارودي بتهمة أحياء النزعة اللاسامية ضد اليهود في فرنسا ولكن القضاء الفرنسي انتصر للعدالة وأعلن براءة "جارودي ورفيقيه" وبذلك تعرض اللوبي الصهيوني إلى لصفعة قوية في فرنسا، ومن الجدير بالذكر ان فرنسا هي أول من سلح إسرائيل وبنى قوتها الذرية وتآمرت مع الصهيونية على مصر في عدوان عام 1956.[1]

جماعات الضغط واللوبي الصهيوني في بريطانيا:

بريطانيا أكثر الدولة الأوروبية التي رعت المشروع الصهيوني منذ المهد إلى ان تم إقامة الكيان الصهيوني عام 1948، لكن اهتمام بريطانيا الاستعمارية بالمشروع الصهيوني له أسبابه ومسبباته، اذا تشير المصادر إلى ان اليهود عاشوا في بريطانيا في ظروف صعبة تعرضوا خلالها لاضطهاد كبير، ففي عام 1290 قام الملك أدوار الرابع بطرد عدد كبير من اليهود من بريطانيا بسبب تزايد النقمة الشعبية ضدهم والكراهية المتأصلة في نفوس الانكليز ضد كل من هو يهودي

1- مرجع سابق، ص 155- 156.

فقد اضطر عدد كبير من اليهود لإعلان الديانة المسيحية، ويروى ان المؤرخ اندريه موريس المؤرخ البريطاني في كتابه تاريخ بريطانيا ان عائلة كروميل كانت أحدى العائلات اليهودية التي أعلنت مسيحيتها خوفاً من الطرد ومن هذه العائلة ينحدر "أوليفر كروميل" الذي قاد ثورة ضد الملك شارل الأول وخلعه عن العرش وأعلن الجمهورية في بريطانيا وكان يزعم ان الإله يهوه، قد أوحى له بذلك، وكان يطلق على جنوده لقب جنود "يهوه"، وكان أول القوانين التي أصدرها رفع الحظر عن دخول اليهود إلى بريطانيا السماح للعائلات اليهودية التي طردت سابقاً بالعودة وكان لليهودي البريطاني الجنسية الهولندي المولد "ميناه سال" بن إسرائيل ويلفظ اسمه "مناسح بن إسرائيل"، في بعض المراجع دور كبير في ثورة كروموبل وكان اليهودي البرتغالي "فرناندير كارفاجال" من أشد أنصار كروموبل وأصبح رئيساً لمستشاريه العسكري وفي عام 1650 نجح "ميناه سال بن إسرائيل" في شن حملة إعلامية اسفرت عن تشكيل أول مجلس لليهود في بريطانيا، وقد حظي المجلس برعاية كروميل الذي كان قد وعد اليهود بدعمهم في رسالة بعث بها في 16 حزيران عام 1647 إلى رئيس كتيبة "مو لخيم" في هولندا "اتبزابرات".

وخلال عام 1830 نجح اليهود في استصدار تشريع من البرلمان البريطاني يمنح بموجبه اليهود حقوقاً سياسة كاملة وتمكنوامن إدخال أول نائب يهودي للبرلمان البريطاني عام 1837 حينما نجح بينامين – دزرائيلي، في الانتخابات ثم لم يلبث ان تمكن ان أصبح رئيساً للوزراء وعلى الرغم من تظاهر دزرئيلي بالمسيحية إلا انه كان لا يتورع عن المجاهرة والتفاخر بأصله اليهودي وكان يقول : ان اللغة والدين لا تغير أصل الإنسان لان أصل الإنسان يجري مع دمه وليس في لسانه أو عقله.[1]

ومن جهة أخرى بلغ أوجه نفوذ اليهود في بريطانيا في عهد الملك ادوارد السابع الذي أحاط نفسه بعدد كبير من اليهود كالسير الذي أحاطه نفسه بعدد كبير من

1- السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، أبو غنيمة، ص 145- 146.

اليهود "كالسير انتون وتشليد" الذي كان تربطه بابنته علاقة غرامية "والسيد ارنست كاسل والبارون هيرش" وكان بادرة الضابط الخاص اليهودي "غولد شميد" الذي ظل يترقى في سلك الجيش حتى أصبح رئيساً لاركان قيادة الجيش البريطاني في أفريقيا تحت أمرة الجنراك كيللي ثم نقله الملك ادوارد إلى الأرجنتين ليتسنى له تنظيم اليهود في الأرجنتين.[1]

كما وقد وصل اليهود في عهد الملك ادوارد السابع مكانة مرموقة حيث وصلوا إلى رئاسة بلدية لندن برئاسة اليهودي "صموئيل ماركس" كما كان المدعي العام يهودياً والحاكم العام لهونغ كونغ يهودياً والمدير العام لإدارة البريد في مستعمرة الهند يهودياً والمدعي العام في أستراليا "الفرد إسحاق" يهودياً، ثم أصبح والياً على عاصمة جنوب أفريقيا كان تاون وهو اليهودي ليبرمان.

كما واستمر نفوذ اليهود في زمن الملك جورج والملكة ماري وابدى رئيس الوزراء البريطاني لويد جورج تساهلاً مع النفوذ البريطاني.

ومن جهة أخرى كان على رأس جماعات الضغط اليهودية في بريطانيا المليونير "مونتاغو" الذي كان رئيساً للمجلس اليهودي الأعلى في بريطانيا، وبلغ من نفوذه ان أنعم عليه بلقب اللورد سوا يتلنغ" ومن أبرز الأسماء اليهودية التي برزت في عهد المكل جورج برز اسم اليهودي ماكس ايستكان الذي أنعم عليه عام 1917 بلقب لورد "بيفريوك" واليهودي دانيال روفوس أسحق الذي أنعم عليه بلقب اللورد "ردينغ" وعين نائباً للملك في الهند خلفاً لنائب الملك السابق اليهودي السير ولياميز ماير" واليهودي ديفيد ليفي الذي أصبح رئيساً لجامعة أكسفورد عام 1935 واليهودي البارون دورين الذي عمل مفتشاً لأكاديميات الفنون الجميلة في بريطانيا واليهودي ماكس بيلوف الذي كان مديراً لكلية "كاربوس" التابعة لجامعة

1- مرجع سابق، ص 147.

أكسفورد واليهودي "ارنولوكين" الذي كان رئيساً لكلية الملكة في جامعة كمبردج.

وأبرز الشخصيات التي لعبت دوراً في تنفيذ المخططات الصهيونية في بريطانيا هو "حاييم- وايزمان" الذي أصبح لاحقاً أول رئيس للكيان الصهيوني، فقد استطاع من خلال منصبه كمدير للمختبرات البريطانية، بين الأعوام 1916- 1919 تقديم مساعدة للانكليز من خلال تسليم أسرار قنابل النابلم وأسرار بعض الأسلحة الكيماوية التي تمكن من الحصول عليها بتجاربه الشخصية مستغلاً إمكانيات المختبرات التي كان مسؤولاً عن إدارتها وقد كافأته بريطانيا بإصدار وعد بلفور الذي أسندت إليه الصهيونية في تنفيذ مخططاتها لاحتلال فلسطين، وفي عام 1951 أسس اليهود إلى مراكز القرار في البرلمان البريطاني ونقابات العمال والمعلمين والبلاط الملكي وبلدية لندن.

"النفوذ الصهيوني في أمريكا"

بعد ان تراجع النفوذ البريطاني والفرنسي في منطقة الشرق الأوسط عامة والمنطقة العربية خاصة فقد تضاءل الدعم الصهيوني بل قلّ تبنى سياسات أقل انحيازا، ولذلك قفزت الصهيونية مباشرة والارتماء في الحضن الأمريكي حيث سعت الولايات المتحدة من حماية إسرائيل والحيلولة دون تفككها وانهيارها ومن هنا فقد سعت الصهيوني العالمية للحصول على دعم وتأييد الولايات المتحدة الأمريكية في كافة المجالات السياسية والإعلامية والاقتصادية والعسكرية، ولذلك سعت برسم وتنفيذ خطة سياسية وإعلامية تقوم على ابتكار حق الشعب الفلسطيني من خلال الماكنة الإعلامية والدعائية الصهيونية لتشويه صورة الإنسان العربي وان إسرائيل هي امتداد للحضارة الغربية بل انها قلعة الغرب، ولكن هذه الحملات الدعائية لم تتمكن ما يصبو له الصهاينة.

نشأة المنظمات الصهيونية في الولايات المتحدة:

يشكل اليهود في الولايات المتحدة ما نسبته 3٪ من مجموع سكان أمريكا لكن قوتهم الفعلية في مجالات السياسية والاقتصاد والإعلام تفوق هذه النسبة، ويمكننا القول بالمبالغة ان 3٪ هم الأغلبية في المجتمع الأمريكي و 97٪ من الشعب الأمريكي هم الأقلية!!

هذا وقد تشكلت لجنة رؤساء المنظمات اليهودية برئاسة "مايروس ولمر ايرفنغ" عام 1906 والتي تضم 32 منظمة يهودية وصهيونية في الولايات المتحدة وهي الرأس المفكر والمخطط لجميع منظمات الضغط الصهيونية في أمريكا، فقد ارتفع عدد المنظمات اليهودية في أمريكا، فقد ارتفع عدد المنظمات اليهودية في أمريكا نحو 400 منظمة تتوزع على المنظمات الـ ((32)) التي تشكل لجنة رؤسائها على قيادة في هرم المنظمات الصهيونية الأمريكية.(1)

من الجدير بالذكر انه بعد حرب 1967 اتجهت الصهيونية العالمية للإسراع في عملية السيطرة على صانعي القرار السياسي في أمريكا من ناحية وتعزيز دور الكيان الصهيوني بالدفاع عن مصالح أمريكا لتكون إسرائيل هي الحامية للمصالح الأمريكية في المنطقة أي لتكون بمثابة شرطي المنطقة أو بلطجي المصالح الامبريالية وقد نجحت إسرائيل في تنفيذ هذه التهمة على الأقل ثلاثة عقود.(2)

وتشير المصادر إلى ان الضغوط التي مارستها المنظمة الصهيونية على ضياع القرار أتت ثمارها، فقد أعلن الرئيس ترومان الاعتراف بالكيان الصهيوني عام 1948، والاهم من ذلك يجب الإشارة إلى ان الولايات المتحدة ساهمت في دعم الكيان الصهيوني من خلال الهجرة إلى فلسطين وتقديم كل الدعم السياسي للحكومة الإسرائيلية التي تسلمت أمور العمل السياسي والإعلامي للحركة

1- السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، أبو غنيمة، ص 133- 134.

2- الإعلام الإسرائيلي مواجهة، محمد عطوي، ص 89- 90.

الصهيونية، وقد نهجت الحكومة الإسرائيلية خطاباً وجهته للشعب الأمريكي جاء تحت شعار كما يقول أول رئيس وزراء لإسرائيل "بن غوريون" من لا يعيش في أرض إسرائيل هو بلا إله.

من هنا ركزت الصهيونية في الولايات المتحدة بالدرجة الأولى على يهود أمريكا فهم القادرون على استمرار الدعم الأمريكي لإسرائيل، ولذلك دعت الحركة الصهيونية إلى تأسيس العديد من المنظمات اليهودية ذات الصبغة العقائدية والسياسية وآخرين اتجهوا إلى تثقيف الأجيال المتعاقبة من اليهود على اعتبار ان إسرائيل هي أرض الميعاد وآخرين اتجهوا إلى توجيه القرار السياسي والمواقف والأطماع الإسرائيلية، ومن أجل ذلك عمقت الصهيونية ورسخت ارتباط تلك المنظمات بإسرائيل مستخدمة كل الوسائل المشروعة وغير المشروعة والتي جاءت على النحو التالي:[1]

1) التثقيف السياسي.
2) التثقيف الإعلامي.
3) التدريب العسكري.
4) إثارة النزعات الدينية.
5) تغذية مخاوف عودة الاضطهاد لليهود.
6) عقد الندوات والمحاضرات في فلسطين.
7) إقامة علاقات بين زعماء المنظمات اليهودية في أمريكا وقادة إسرائيل العسكريين والإرهابيين والسياسيين.

ومن جهة أخرى سعت القيادات الإسرائيلية وقيادات الحركة الصهيونية إلى تمكين اليهود في أمريكا للحصول على الجنسية الإسرائيلية إضافة إلى

1- مرجع سابق، ص 91- 92.

الأمريكية، وبالمقابل اعتبرت الحركة الصهيونية بأن الولاء يجب ان يكون أولاً لإسرائيل قبل أمريكا، وقد نجحت هذه السياسية وخاصة كسب ولاء غالبية اليهود في الولايات المتحدة، قامت الحركة الصهيونية ممثلة بإسرائيل برسم خطة للتمكين والسيطرة على مركز القرار الأمريكي في دوائر النفوذ وخاص في وزارة الدفاع والمخابرات والبيت الأبيض والكونغرس والسيطرة كذلك على وسائل الإعلام الأمريكية ومراكز البحث والدراسات وبذلك أحكمت الصهيونية سيطرتها على كل دوائر القرار في أمريكا بل وتوجيهها لمصلحة الصهيونية وأهداف إسرائيل.

اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة:

ان جوهر اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة الأمريكية انطلق من خلال قيام اليهود الأمريكيين ببذل الجهود المميزة خلال حياتهم اليومية لتسخير سياسية أمريكا الخارجية وتوجيهها في الاتجاه الذي يخدم مصالح إسرائيل الإستراتيجية، هذا وقد اتبع اللوبي الصهيوني استراتجيين خلال الآتي:[1]

الإستراتيجية الأولى: وقد انطلقت من خلال استخدام أسلوب يمتاز بالبراعة والتأثير والدهاء ذو تأثير متميز في واشنطن المتمثل في الضغط على كل من الكونغرس والحكومة الأمريكية لدعم إسرائيل إلى آخر مدى، وفي هذا المجال فانه مهما كان الرأي الشخصي للعضو الفردي في السلطة التشريعية أو عند صانع القرار والسياسات فان اللوبي يحاول دعم أمريكا لإسرائيل هو أكثر الخيارات السياسية ذكاء ودهاء.

الإستراتيجية الثانية: ان اللوبي سعى للنضال من أجل التأكيد على تصوير إسرائيل لدى الرأي العام الأمريكي بشكل إيجابي وذلك من خلال طريق تضخيم

1- اللوبي الإسرائيلي والسياسة الأمريكية الخارجية، ستيفن والت، وجون هايمر، ترجمة د. محمد الحموري، مكتبة مدبولي، 2007، ص 34.

الأساطير عن إسرائيل وتأسيسها ليظل الانحياز لإسرائيل جزءاً من المعطيات السياسية القائمة.

والهدف العام من هاتين الإستراتيجيتين هو منع تعليق النقاد عن إسرائيل للتمكين من كسب سمعة جيدة وطيبة لها في الميدان السياسي، فالسيطرة على المناقشات أمر جوهري وضروري وأساسي لدعم أمريكا لإسرائيل وذلك لأن النقاش النزيه والموضوعي للعلاقات الأمريكية والإسرائيلية يمكن ان يقود الأمريكيين إلى انتهاج سياسة أخرى مختلفة عن الكيان الصهيوني.

مجالات الضغط الصهيوني على القرار الأمريكي:

تعددت مجالات اللوبي الصهيوني بالضغط على مراكز القرار في الولايات المتحدة من خلال الآتي:[1]

أولاً: الكونجرس الأمريكي: ان الدعاية الأساسية لفعالية اللوبي الصهيوني من خلال تأثيره على الكونغرس الأمريكي وبذلك حققت هذه الدعوة أهدافها من خلال تحصين الموقف الإسرائيلي فعلياً ضد النقد، وهذا بحد ذاته يشكل وضعاً مميزاً لان الكونغرس غالباً لا يشعر بالتحفظ تجاه القضايا المثيرة للجدل سواء أكانت هناك قضية إجهاض أو قضية تحتاج إلى تأييد أو موضوع عناية صحية أو خدمة اجتماعية فمثل هذه الموضوعات من المؤكد ان النقاش حولها يكون حياً وعلنياً على منبر السلطة التشريعية، أما عندما يكون الأمر متعلق بإسرائيل فالنقد يصبح غائباً ولذلك يخيم الصمت على الموضوع ويصبح الحوار سرياً ومن الصعب ان يكون هناك حوار علني إلا لمصلحة إسرائيل.

1- مرجع سابق، ص 34- 39.

مراكز قوة اللوبي الصهيوني بالكونجرس الأمريكي:

تنوعت هذه المراكز من خلال الأذرع التالية:

1) الأعضاء البارزين في الكونجرس والذين يطلق عليهم الآن بالمسيحيين الصهاينة.
2) الموظفون بالكونجرس المؤيدين لإسرائيل.
3) قوة اللوبي تكمن من خلال القدرة على مكافأة أعضاء الكونجرس ومرشحيه الذين يدعمون برنامج " الايباك" ومعاقبة الذين يتحدون اللوبي الصهيوني فالمال هو الحل في هذه الحالة وهو متوفر بغزارة لدى اللوبي الصهيوني.

ان اللوبي الصهيوني تحول إلى قوة تخنق الكونجرس الأمريكي ولذلك تحولت سلطته إلى سلطة داعمة لإسرائيل، من شاهد خطاب نتنايهو رئيس الوزراء الإسرائيلي الحالي في أروقة الكونجرس يلمس مدى النفوذ الصهيوني في لجانه ورئاسته وأمانته العامة فحسب فمن يلحظ يقف حائراً ويقول ان رئيس جمهورية الولايات المتحدة هو نتنايهو واوباما هو شخص عادي أو هو ضيف شرف بسبب حدة التصفيق الحار الذي قوبل به نتنايهو.

ثانياً: الحكومة الأمريكية: انها القوة الثانية للوبي الصهيوني بعد الكونجرس، حيث يسعى اللوبي الصهيوني للتأثير على أعضاء الحكومة الأمريكية بشكل بارز وخاصة أثناء موسم الانتخابات اذ تشير المصادر إلى ان اليهود هم المولين والداعمين لأكثر من 60٪ من الأموال المطلوبة للحملة الانتخابية لأعضاء الحزب الديمقراطي، كما ان اللوبي يسعى إلى عدم تعيين أي شخص ينتقد إسرائيل والصهيونية في الحكومة الأمريكية.

ان اللوبي الصهيوني لعب دوراً كبيراً في مجالات متعددة يمكن إجمالها فيما يلي:[1]

أولاً: في مجال التثقيف والضغط السياسي: خلال الفترة الممتدة من عام 1980 - 1984 ارتفع عدد أعضاء اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الأربع السنوات بمقدار 8 مرات ليرتفع العدد من 6000 إلى 50 ألف شخص.

ويركز اللوبي الصهيوني حملته التثقيفية والسياسية في مواسم الانتخابات حيث يجتمع الصهاينة مع معظم مرشحين الرئاسة والكونجرس ليقوموا بشرح لهم ظروف إسرائيل وما تعانيه، وينطلق علم اللوبي الصهيوني "الايباك" من خلال ما يلي:

1) استمرار تثقيف أعضاء الكونجرس والإدارة الأمريكية حول الأهمية القصوى لاستمرار الدعم العسكري والاقتصادي لإسرائيل.
2) إقناع صانعي القرار السياسي الأمريكي بضرورة عدم بيع السلاح للدول العربية وخاصة الأردن والسعودية.

ثانياً: المجال الإعلامي: تنشر "الايباك" نشرة أسبوعية من أربع صفحات فقط تحت عنوان تقرير الشرق الأدنى ويعالج التقرير آخر تطورات السياسة الأمريكية في الشرق الأوسط وآخر تطورات الوضع السياسي في البلاد العربية وعلاقتها بكل من أمريكا وإسرائيل، ويسعى التقرير إلى حشد القوى الصهيونية لاستمرار الضغط على أجهزة الإعلام الأميركي والحكومة والكونجرس في الاتجاه المؤيد لإسرائيل والمناوئ للتطلعات والمواقف العربية، وإلى جانب ذلك تقوم "الايباك" بإصدار الدراسات والكتيبات الدورية التي تعالج كل قضية من قضايا العلاقات الأمريكية والإسرائيلية وتهدف للوصول إلى هدف واضح

1- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 101- 103.

ومحدد إلا وهو تكريس وتعميق التحالف الإستراتيجي بين الكيان الصهيوني وأمريكا في شتى المجالات وضمان حصول إسرائيل على الدعم المالي والعسكري والتكنولوجي والسياسي الذي تحتاجه لاستمرار حيويتها وتفوقها العسكري على كافة الدول العربية، ومنذ عام 1983 أصدرت "الايباك" عشر دراسات مختلفة أهمها السلسلة الخاصة بعلاقات التعاون الأمريكي الإسرائيلي في كافة المجالات المختلفة.[1]

وأبرز الدراسات التي أجرتها "الايباك" ما يلي:[2]

1) الأهمية الاستراتيجية لإسرائيل.
2) إسرائيل وسلاح الجو الأميركي.
3) إسرائيل وسلاح البحرية والأميركية.
4) المعونات الإسرائيلية للقوات المسلحة في مجال الخدمات الطبية.
5) المشتريات الأميركية من المعدات والخدمات العسكرية الإسرائيلية.
6) الحملة الإعلامية لتدمير مصداقية إسرائيل.
7) سياسة أمريكا تجاه القدس عاصمة إسرائيل.
8) كيف يشعر الأمريكيون تجاه إسرائيل.
9) تعرية الحملة الدعائية المناوئة لإسرائيل في الجامعات الأميركية.
10) المنطقة الحرة بين إسرائيل وأمريكا.[3]

كما ويسعى اللوبي الصهيوني على الساحة الأمريكية لتشكيل التصورات والمفاهيم عن الرأي العام في كل ما يتعلق بإسرائيل والشرق الأوسط، ومن هذا المنطلق يحاول اللوبي الصهيوني ان تكون مناقشة قضية دعم إسرائيل بصورة سرية

1- مرجع سابق، ص 103.
2- مرجع سابق، ص 103- 104.
3- مرجع سابق، ص 104- 106.

من جهة ويعمل اللوبي بشكل متواصل من أجل التأثير على وسائل الإعلام ومراكز الفكر والجامعات لان هذه المؤسسات مهمة في تحديد الرأي العام.

ان وجهة نظر اللوبي الصهيوني كما يشير بذلك تقرير هارفرد حول النشاط الصهيوني لإسرائيل حيث ان النقاش بين المهتمين والمختصين بالشرق الأوسط تحت السيطرة، ويضيف التقرير كذلك ان هناك 61 شخصاً من كتاب الأعمدة والمحللين محسوبين على إسرائيل ويدعمونها بشكل لا إرادي وبدون شروط، وان عدد الصحفيين والكتاب الذي ينتقدون إسرائيل لا يتجاوز عدد أصابع اليد.[1]

ان الإعلام الأمريكي هو إعلام متحيز تجاه إسرائيل حيث يصور هذا الإعلام رموز الإرهاب في الكيان الصهيوني بانهم قادة سلام ونخب عالمية فقد وصفت أحدى وسائل الإعلام الأمريكية رئيس وزراء إسرائيل بنيامين نتنايهو بانه شخصية رائعة ووسيمة وتطلق عليه وسائل بلقب "بيبي" بينما قيادات الشعب الفلسطيني وعلى رأسهم الراحل ياسر عرفات بانه شخص إرهابي ليس شريكاً في عملية السلام، وتصفه بانه زعيم الإرهاب.

وعلى ضوء ذلك فان تحليل انحياز الموقف الأمريكي لإسرائيل، فالباحث والمفكر الفلسطيني "كميل منصور " أستاذ العلاقات الدولية في جامعة السوربون في كتابه الولايات المتحدة وإسرائيل "العروة الوثقى" أي ان العلاقات الإسرائيلية الأمريكية هي علاقة متينة وإستراتيجية، ويردها إلى الأسباب التالية:[2]

1) إسرائيل رصيد إستراتيجي لأمريكا.

1- لمزيد من الاطلاع انظر كذلك اللوبي الإسرائيلي والسياسة الأمريكية، ستيفن والت، وجون ميرز، ترجمة د. محمد الحموري، ص 40- 41.

2- الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية، د. محمد الحوات، ص 181- 182.

2) شراكة ثقافية تقف وراء هذا التحيز من أهمها الاشتراك في الإيمان بقيمة واحدة.

3) القدرة الخارقة للمنظمات اليهودية واللوبي الصهيوني غير المحدودة في التأثير على صانع القرار الأمريكي.

وعلى ضوء ذلك نما الوجود الصهيوني المتحالف مع اليمين المسيحي والذي أطلق عليه الصهيونية المسيحية والتي تجاوز عددها 40 مليون أمريكي حيث تسيطر هذه الحركة على معظم المنابر والمنابع الإعلامية الأمريكية والسياسية والعسكرية والاقتصادية ، وبذلك تحول النظام السياسي الأمريكي برمته إلى حقل خصب ومزرعة لمراكز القوى الصهيونية ، وتتجلى ذلك في المظهرين التاليين:

1) مراكز القوى المالية والإعلامية والثقافية.
2) النفوذ في أعلى القرار الأمريكي وكما أشرنا سابقاً إلى الكونجرس والحكومة والدفاع.

ثالثاً: مجال تدريب كوادر العمل الصهيونية: ان معرفة الحركة الصهيونية بمتطلبات العمل الإعلامي السليم من تنظيم وتدريب ومتابعة مستمرة جعلتها تتجه إلى التركيز على الجامعات الأميركية من أجل نشر الفكر الصهيوني ومحاربة الأفكار الصهيونية ومحاربة الأفكار المناوئة له، ولذلك قامت الايباك بتنظيم خلايا العمل الصهيونية وتدريب الكوادر الطلابية وتزويدها بكل المعلومات التي تحتاجها لتبرير موقف إسرائيل ودحض الحجج العربية ، ومن أجل تحقيق ذلك اتجهت الايباك في عام 1980 إلى البدء ببرنامج تنمية القيادات السياسية لتربية القيادات الطلابية في الجامعات الأمريكية.[1]

1- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 106.

انجازات الايباك:

ذكرت تقارير ان الايباك قامت منذ عام 1983- 1986 بعقد 350 ندوة تدريبية طلابية في 350 جامعة أميركية تقع في خمسين ولاية شارك بها 5000 طالب، واشتملت برامج الندوات معلومات عن إسرائيل ومواقفها وتدريب الطلاب على كيفية الدفاع عن إسرائيل، وقدمت الايباك معلومات عن الأشخاص الذين يدافعون عن الشعب الفلسطيني للرد عليهم ما أمكن، أي ان اللوبي الصهيوني يسعى جاهداً للرد على كل منتقدي السياسة الإسرائيلية والرد على كل المعترضين للقمع الوحشي الذي تمارسه إسرائيل بحق الشعب الفلسطيني وعلى سبيل المثال تقوم القوى الصهيونية بالرد على المزاعم الفلسطينية ففي 26 تشرين ثاني 1984 وهو ذكرى قرار التقسيم حيث قام الصهاينة في الجامعات الأميركية بنشر إعلانات سياسية تؤكد دعم أمريكا المطلق لإسرائيل وقعها نحو 13 ألف طالب نشرت في 70 صحيفة جامعية، والأدهى ان هؤلاء الطلبة وقعوا تلك البيانات وأعلنوا موقفهم الإيجابي من الدعم الأمريكي لها.[1]

1- مرجع سابق، ص 107- 110.

الخاتمة:

مكافحة الإعلام الصهيوني وإيديولوجية

مع انطلاقة رياح التغيير في العالم العربي ومع بروز الصحوة العربية فيما يسمى بالربيع العربي فان ثقافة الخوف والاستبداد أصبحت من الماضي حيث شكلت هذه الثقافة علامة سوداء في تاريخ الأمة العربية حيث ترعرع العقل الصهيوني على التعايش مع الواقع العربي وقد فرضت الصهيونية أجندتها طيلة العقود الماضية على هذه القصور بان العربي هم خارج التغطية وانهم من مخلفات التاريخ ولا يصلحون للحياة، وان إسرائيل هي واحة الديمقراطية ولذلك.

فان التسونامي العربي قد قلب هذا الواقع وأرسل رسائل متعددة للداخل والخارج وعلى رأسهم الكيان الصهيوني بانهم قادمون لتأسيس دولة عربية ديمقراطية تواجه الامبريالية الأمريكية والصهيونية.

ومن هنا فان بشائر الربيع العربي بدأت بعد ان فجرت المقاومات العربية في العراق وفلسطين ولبنان مخزون الشارع العربي وأوصلته بان التغيير يجب ان يتم لان النظم العربية التي تعايشت مع المشروع الصهيوني أصبحت غير صالحة ولا تفي بمتطلبات المرحلة وخاصة المواجهة مع الصهيونية.

ومن هنا فان مواجهة الخطر الصهيوني لن يتأتى إلا بولادة خطاب عربي جديد يتركز على الوعي والتخطيط وها بالضبط ما يجب ان يقوم به الإعلام العربي من خلال العمل على إنشاء مجالس ولجان من المفكرين والصحافيين والمثقفين والفقهاء لإعادة دفع الإعلام العربي من جديد سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي شرط ان نوحد خطابنا الخارج وإعادة الأمل إلى الخطاب الإعلامي الداخلي

أي العمل على تعبئة الأمة العربية نفسياً حول هدف وإستراتيجية عربية موحدة تتوافق حول المواجهة ومقاومة المشروع الصهيوني.

أما على مستوى الإعلام الخارجي فيجب ان يسند مهمته إلى المفكرين الإستراتيجيين في حقل الثقافة والمفكرين الإستراتيجيين في حقل الثقافة والفكر لقيادة الإعلام العربي الخارجي بعيداً عن إرسال موظفين يعملون وينفذون أجندة أجهزة الإعلام الرسمية العربية.

ان مهمة الإعلام العربي في الخارج ليست صعبة لكنها ممكنة خاصة اذا توافقنا على توحيد الخطاب الإعلامي العربي علماً انه لا يوجد نظام إعلامي عربي موحد بل نظم إعلامية متعددة، فالأصل ان نتقدم للأمام وعلينا ان ننسى ما حل بنا من هزائم ونكبات متلاحقة وعلينا ان ننظر إلى المستقبل الواسع ولا يعني الخطر الذي يمثله غزو حضارة أو ثقافة لحضارة ضعيفة أو ديناً وانما يعني تهديد ثقافة لثقافة أخرى بالاضمحلال أو الزوال لمجرد ان الأول يحملها شعب متفوق عسكرياً أو تكنولوجياً دون ان تكون ثقافة بالضرورة استحقاقاً للبقاء أو أشد جدارة والتاريخ يعرف هذين النوعين من الغزو الثقافي.

ان الخطر الصهيوني يشترط لتحقيقه وقبل كل شيء هزيمة نفسية من جانب العرب وسيادة الاعتقاد لديهم بان سبب التفوق العسكري الذي أحرزته إسرائيل عليهم بسبب تفوق قيمي وأخلاقي وحضاري وثقافي وقد برز على ساحة الفكر العربي ما يسمى باستحذاء السياسات الصهيونية ليس فقط في تطبيق التكنولوجيا الحديثة بل وفيما يتعدى ذلك كالإشارة إلى أسلوبهم في التنظيم والإدارة إلى نظامهم السياسي وعلاقاتهم وقيمهم الاجتماعية وقد بدأت هذه الدعوات من عام 1967 ثم توالت عمليات الانحناء العربي أمام إسرائيل بعد ان تم إبرام معاهدات الخزي والعار مع إسرائيل من كامب ديفيد إلى وادي عربة إلى أوسلو.....

ان الإعـلام العربـي مطالـب ان يخـرج مـن دائـرة تلقـى الـضربات وامتـصاصها إلى الهجـوم مباشـرة لمخاطبـة الـرأي العـام العـالمي حيـث ينـشط الإعلام الدعائي الصهيوني وبالتالي مطلوب من الإعلام العربي تطوير وسائل وأساليب العمل الإعلامي العربي المشترك رفع مستواه الاجتماعي والسياسي والاقتصادي واستخدام الموضوعية والصدق والأمانة، وهذا يحتاج بالدرجة الأولى إلى صياغة سياسة إعلامية عربية تبدأ من توحيد الخطاب العربي السياسي تجاه العالم ليتم تطوير الإعلام العربي ليعبر عن سياسة عربية موحدة أي خلق الأجواء المناسبة لإستراتيجية إعلامية خارجية جديدة موحدة وليست سياسات خارجية عربية منفردة.

من منطلق ان الإعلام الصهيوني هو إعلام يدعو إلى فلسفة وايدولوجيا تريد الهيمنة على العالم برمته وتتجلى هذه الهيمنة في سيطرة الصهيونية ونفوذها على وسائل الإعلام الدولية ومن هذه النقطة بالذات ينطلق الفهم العربي للمواجهة عبر رسائل الإعلام العربية طيلة العقود الماضية، حيث ان الباحث قدم مشروعاً متكاملاً لدعم ثقافة المقاومة والتحرير حيث جاء كتاب الإعلام المقاوم ليصب في هذا الإطار لمقاومة الامبريالية والصهيونية فيما الإسهام الآخر تمثل بوضع مرجعية علمية لثقافة المقاومة والتحرير أي ان مقاومتنا للصهيونية ودعاياتها تحتاج إلى جهد كبير وجهود جبارة لاننا نريد ان تكون معركتنا مع الصهيونية معركة مشرفة وليست خسيسة نتواطأ فيها على أمتنا.

وهذا يتطلب من إعلامنا دحض الإعلام الدعائي الصهيوني بالحجة والمنطق، والاتصال المباشر أو الغير مباشر مع الآخر الغربي الذي اخترقته الماكنة الدعائية الصهيونية خاصة وان الأمة العربية قادرة على مواجهة التحديات من خلال

إستراتيجية إعلامية لمواجهة الإعلام الصهيوني ويجب ان تنطلق هذه التحديات من ما يلي:[1]

أولاً: العمل على وضع إستراتيجية إعلامية عربية موحدة وتوحيد المصطلحات وتحديد ما هو مطلوب مستقبلاً في ظل عملية السلام المبعثرة أو وهم السلام وسرابه.

ثانياً: المطالبة العربية للمراكز الغربية المسيطرة بتوضيحات للاتفاق على تحديد المصطلحات وعدم التقييم المنحاز لصالح إسرائيل.

ثالثاً: التوخي والحذر من أي تسريب معلوماتي يتناقض والحقوق العربية إلى داخل الصحافة وأجهزة الإعلام العربية.

رابعاً: تفعيل المراكز الإعلامية العربية ورفدها بدراسات لأي ظاهرة جديدة على ان يتولى المتخصصون القيام بذلك.

خامساً: التركيز على المواجهة الإعلامية في الأحداث الساخنة وتخصيص البرامج المرئية المسموعة والمقروءة وطرحها أمام الجمهور بموضوعية وعلمية.

والأهم من ذلك ان التصدي للمشروع الصهيوني والدعاية الصهيونية يستدعي توفر عدد من المتطلبات يمكن إيجازها في الآتي:[2]

1) تحديد واضح لأي إستراتيجية عربية من خلال الوعي العميق والإستراتيجيات الإعلامية الصهيونية والبحث في المجالات والميادين والتقنيات القادرة على التصدي لها.

1- الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة، على العائدي ، ص 43.

2- الإعلام الإسرائيلي، محمد عطوي، ص 187- 188.

2) العمل للتحرر من سيطرة وتأثير مراكز ومؤسسات الإعلام الغربي التي غالباً ما يكون تأييدها للصهيونية واضحاً كونها تستقى أخبار الصراع من الإعلام الصهيوني ومصادرة فقط.

3) إيجاد إطار تنسيقي فعال ومستمر ما بين المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء العربية ذات المواقف المبدئية والواضحة من الصراع العربي الإسرائيلي وإيجاد السبل المناسبة لفضح أساليب الإعلام الصهيوني وكشف جرائم العدو الصهيوني الوحشية بحق العرب وشعوب المنطقة وتبيان خطورة سياساته على الأمن والسلم الدوليين.

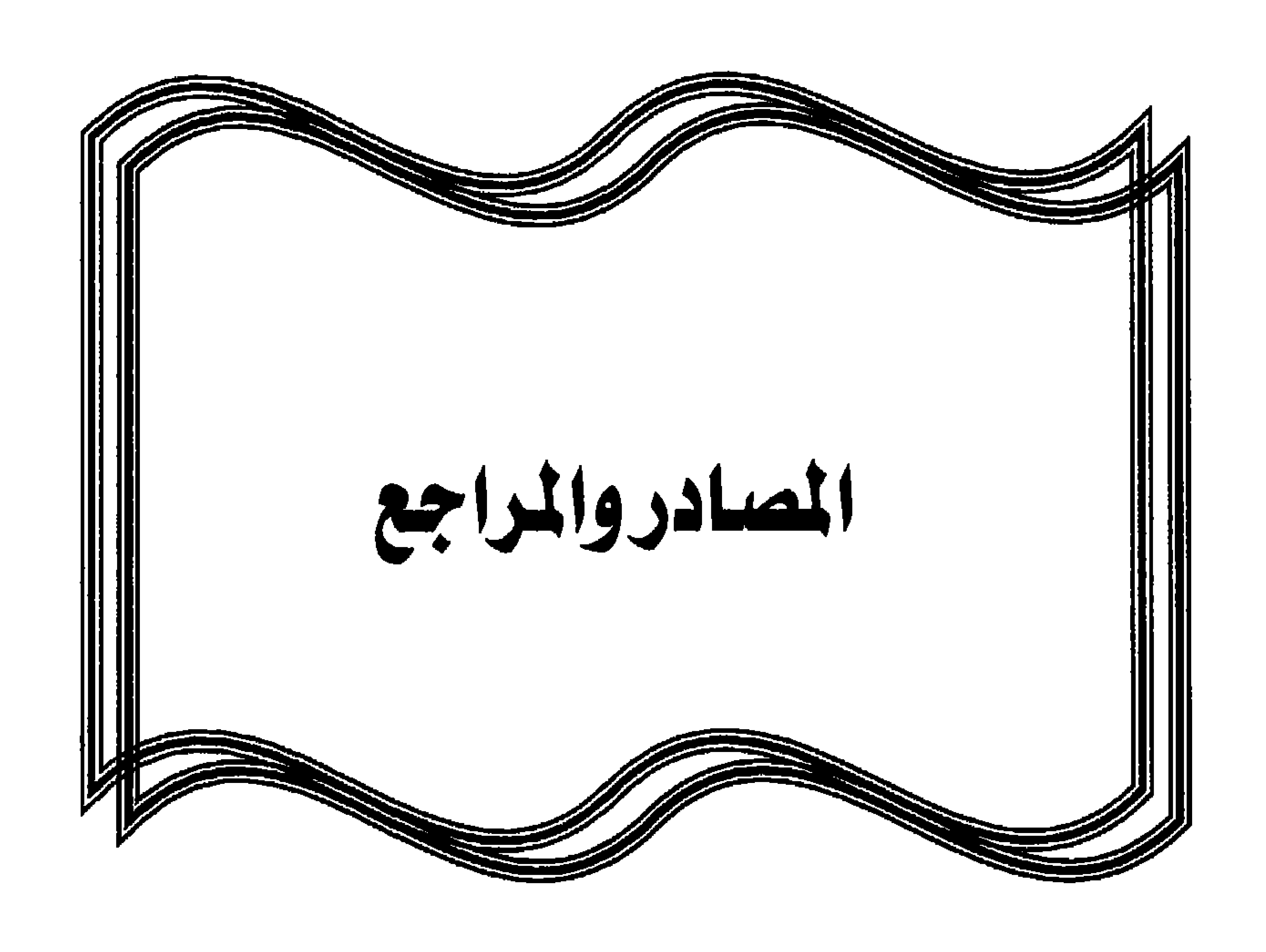
4) توثيق الطلاب بالمراكز الإعلامية الدولية غير الموالية للصهيونية واستغلال كل الوسائل المتاحة والإمكانيات الإعلامية والسياسية القائمة من أجل إيصال التغطية الإخبارية والمواد الإعلامية التي تخدم القضية العربية تجاه الرأي العام الدولي.

5) استخدام وتوظيف كافة التقنيات الحديثة منها والمتطورة بأعلى قدر من الكفاءة للوصول إلى شعوب العالم والتصدي لأشكال الاختراقات الإعلامية الصهيونية.

6) التعاقد مع مراكز الأبحاث المتخصصة من أجل إعداد وتأهيل الكوادر الإعلامية على أيدي أصحاب الكفاءات والفعاليات الثقافية مع الاتجاه إلى صياغة أكثر ومصداقية وجاذبية للمواد الإعلامية بغية تأمين حضور أوسع في الميدان الإعلامي.

7) العمل على ترويج النتاج الإبداعي الفني والثقافي الذي يخدم القضايا العربية ويؤكد الهوية الإنسانية والحضارية للأمة العربية ويساهم في كشف الأكاذيب والترويجات الزائفة المضللة الدعائية التي

يحبكها العدو الصهيوني من نسيج أباطيله حول الأمة العربية وصراعها معه.


المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

1) الإعلام المقاوم بين النظرية والطموح، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار أسامة، 2010.

2) الحرب الإعلامية "نموذج الإعلام اللبناني المقاوم، دار الندى، بيروت، د.محمد محسن وآخرون.

3) الإعلام وعلم النفس، د. خلدون عبد الله، دار أسامة، 2010.

4) الدعاية والإرهاب، د. عبد الرزاق الدليمي، دار جرير، 2010.

5) نظريات الإعلام، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار أسامة، 2010.

6) الأمن الإعلامي، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار أسامة، 2012.

7) المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة، 2009.

8) معجم المصطلحات السياسية، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار المأمون تحت الطبع.

9) فلسطين الفكرة والكلمة، د. محمود السمرة، الدار المتحدة للنشر، الطبعة الأولى، 1947.

10) مشروع الشرق الأوسط الكبير، د. عبد القادر المخادمة، الدار العربية للعلوم، 2005.

11)معجم المصطلحات البرلمانية والدبلوماسية، بسام عبد الرحمن المشاقبة، دار المأمون، 2011.

12)الوحي ونقيضه، د. بها الأمير، مكتبة مدبولي، 2006.

13) موسوعة اليهود واليهودية، د. عبد الوهاب المسيري، دار الشروق، 1999.

14)الصيهونية في الميزان، محمود إرشيد الشيبي.

15)الدعاية الصهيونية العالمية، محمد نوري شفيق.
16)الإعلام الصهيوني أساليبه الدعائية، د. محمد علي الحوات، مكتبة مدبولي، 2005.
17) الإعلام الإسرائيلي ومواجهته، تقي الدين محمد عطوي.
18)الإعلام العربي وواقعه ومستقبله، خالد الشيخلي.
19)الإعلام والصحافة في إسرائيل، د. أمل الجمال مركز الفلسطيني للإعلام، 2005.
20) الإعلام الإسرائيلي ومحددات الصراع، عاطف الرفوع.
21)تاريخ الصيهونية، د. صبري جرجس.
22) الاستيطان الأجنبي في الوطن العربي، د. عبد المالك التميمي، عالم المعرفة، عدد 71.
23)النخب الحاكمة في إسرائيل، د. نظام بركات، منشروات فلسطين المحتلة، الطبعة الأولى، 19982.
24)أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي، د. حسن صالح سميع، دار الزهراء، 1988.
25) الإعلام الإسرائيلي، غازي السعدي ومنير الهور.
26) السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام العالمية، زياد أو غنيمة، دار عمار.
27)الإعلام اليهودي المعاصر، د. محي الدين أبو هلاله، دار الرسالة.
28)الصحافة في إسرائيل، مهدي سامي.
29)أضواء على الإعلام الصهيوني، د. منذر عنبتاوي، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية.
30)فلسفة الدعاية الإسرائيلية، د. حامد ربيع، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية.

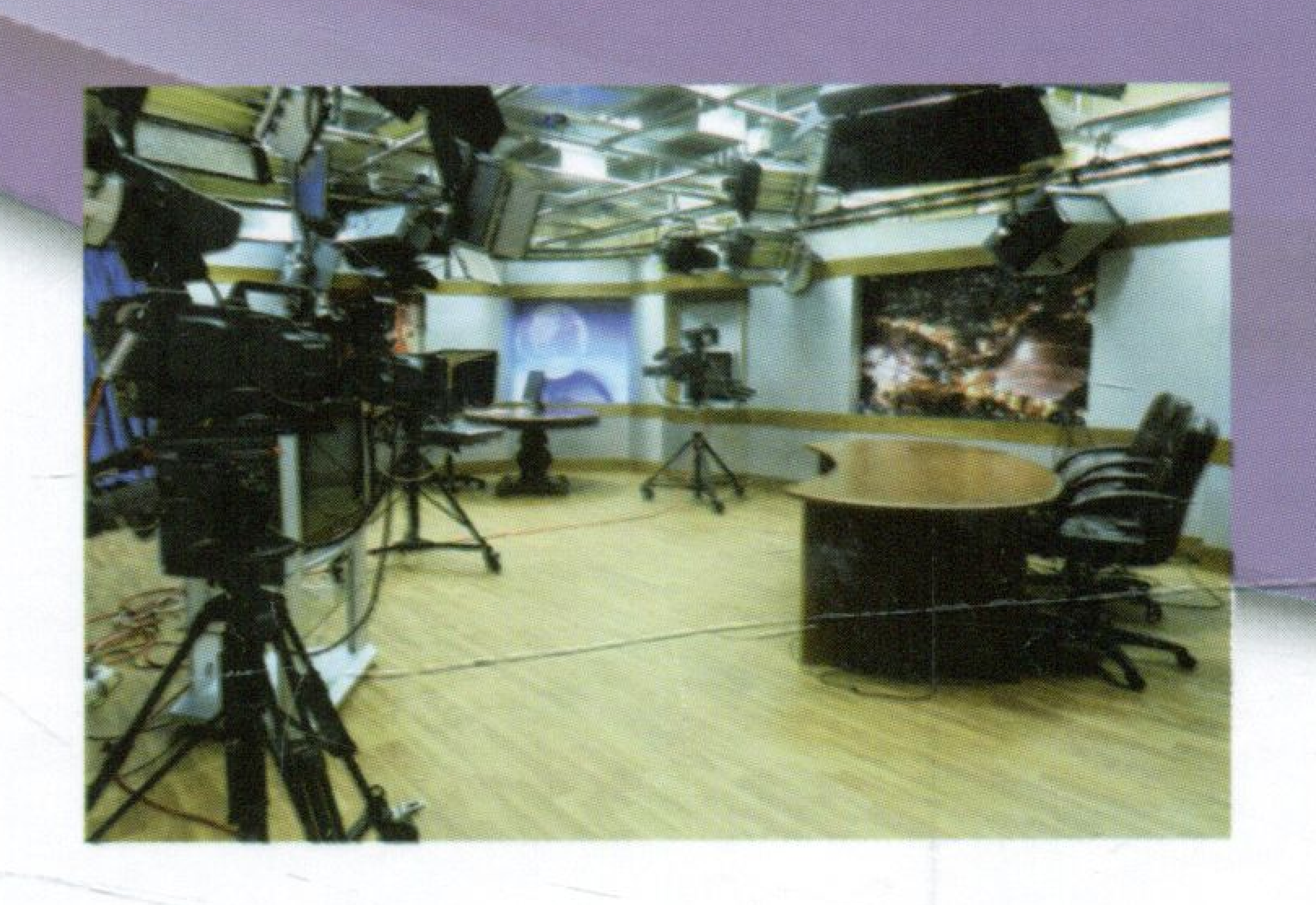
31) أساليب الإعلام الصهيوني، محمود اللبدي، منشورات فلسطين المحتلة.
32) الإعلام العربي أمام التحديات، علي محمود العائدي، مركز الأمارات للدراسات والبحوث، 1999.
33) أزمة الإعلام العربي، د. عبد الرحمن الزامل، الدار المتحدة للنشر.
34)الإعلام العربي، تيسير أبو عرجة، دار مجدلاوي .
35) الإعلام العربي والصوت الآخر، د. محمد المصالحة، دار البيرق، 1988.
36) النظام الإعلام العربي، د. مهند تهامي، وسؤدد الالوسي، دار أسامة، 2012.
37) الإعلام والأمن السيكولوجي العربي في وسائل الإعلام الجماهيري، عطا الله الرمحي، ورمضان درويش.
38) وسائل الإعلام النشأة والتطور، د. فؤاد الساري، دار أسامة، 2012.
39)الإعلام العربي، تهامة الجنيدي، دار نينوى.
40)الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار اللبنانية المصرية، 2005.
41)مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام عبد الرحمن المشاقبة،دار أسامة، 2009.
42)الإعلام العربي وتحديات العولمة، د. محمد الصقر وزارة الثقافة السورية، 1998.
43)قضايا الاتصال في الوطن العربي، د. محي العبد الله، منشورات عبد الحميد شومان.
44)الإعلام الإذاعية والتلفزيوني، د. إبراهيم أمام، دار الفكر العربي.
45) الإعلام ومذاهبه، د. عبد اللطيف حمزة، دار الفكر العربي.
46)الإعلام والإعلام العربي، د. وفيق سكري، 2011، الدار الحديثة للإعلام.
47) تحديثات الإعلام العربي، دار الشروق، د. صالح أبو أصبع، 1999.

48)العلاقات العامة، د. عبد الرزاق جاسم وآخرون.

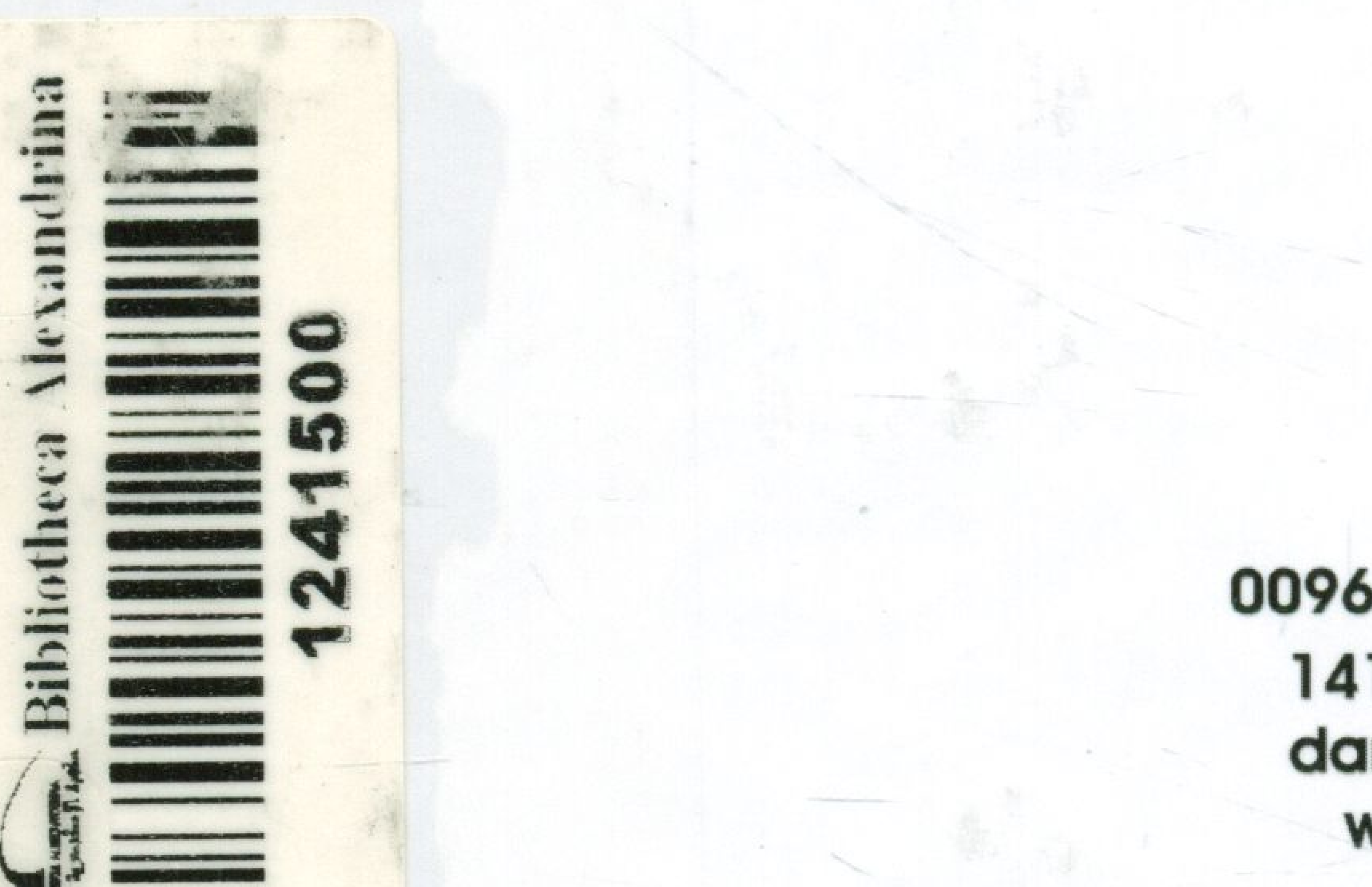
49) السياسية الأمريكية والعرب، مركز دراسات الوحدة العربية.

50) اللوبي الإسرائيلي والسياسة الخارجية الأمريكية، ترجمة د. محمد الحموري، مكتبة مدبولي، 2007.

51)مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، د. فهمي العدوي، دار أسامة، 2010.



الإعلام العربي
بين الواقع والطموح





للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

هاتف: 5658253 6 00962 / 5658252 6 00962
فاكس: 5658254 6 00962 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net





الأردن - عمان - العبدلي
تليفاكس: 0096265664085